GUIDE DU LULU

s'autoéditer avec LULU.com

par Philippe Granger (alias « grap1705 »)
version 1.5 du 23 mai 2013

www.philigran.com

Préambule

Parce que la luluthèque contient la plupart des informations nécessaires pour bien utiliser les services proposés par LULU, mais selon une organisation fort peu pratique et qui traite peu des questions relatives à la législation des divers pays, les mêmes interrogations reviennent encore et encore sur le forum. J'ai donc résolu de proposer un guide utilisateur plus clair, pour le bénéfice de tout un chacun, en compilant des éléments de la base de connaissances, de mes recherches directes, et bien sûr de l'expérience de divers anciens ayant eu la bonté de la partager sur le forum. Ce n'est pas un « mode d'emploi » stricto sensu puisqu'il n'aborde pas toutes les manipulations simples que tout un chacun doit pouvoir comprendre de lui-même en suivant les assistants de création de LULU, et qu'il ne reprend pas ce qui a été traité dans certains articles de la base de connaissances mais y réfère par divers liens pour positionner l'information selon l'approche thématique de ce guide. De même, il n'est pas non plus question de traiter tous les cas particuliers de ce qui peut se faire sur le site, mais simplement le cas le plus général d'un livre classique, version papier ou e-book, ce qui sera déjà pas mal.

Ce guide non-officiel a été développé par un lulu français et inclut donc au départ un chapitre sur les spécificités de la France. Il ne tient qu'aux auteurs francophones d'autres pays de le compléter d'un chapitre sur les spécificités du leur afin que ce mode d'emploi devienne de plus en plus complet et adapté aux besoins de tous les francophones. Merci à Julie04 pour sa relecture, ses suggestions, et les précisions sur la Belgique, ainsi qu'à Manù. Toute contribution (correction, suggestion ou complément) pour faire évoluer ce guide peut m'être envoyée via ma messagerie LULU « grap1705 » (accessible une fois connecté par la toute petite enveloppe en haut à droite de la page d'accueil de la luluthèque, et à condition de l'avoir activée dans « mes paramètres » en haut à droite de la page, onglet préférence / messagerie privée, en cochant « activer les messages privés » et « m'avertir par courriel… » pour ne pas rater les réponses). La couleur prune indique que ce qui est dit doit encore être confirmé par l'expérience directe ou un recoupement de sources.

Le but n'est nullement de tuer le forum qui demeure le lieu de prédilection pour échanger expériences et conseils divers (ma messagerie ne servira pas de « hotline »), mais il est clair que le succès de ce guide se mesurera aussi à la diminution du nombre de questions courantes qu'on y trouvera sur des sujets vus et revus et maintes fois répondus.

Il est fortement recommandé de lire l'intégralité des chapitres I et II de ce guide, ainsi que l'annexe spécifique à votre pays, avant de vous lancer à publier sur LULU ! Certes, ça demande un peu de patience, mais ça vous évitera aussi bien des problèmes.

Nota Bene :

LULU désignera indifféremment l'entreprise Lulu Inc. ou le site lulu.com et sera accordée au féminin, tandis qu'un lulu ou des lulus référera à un ou des utilisateurs du site.

1ère partie : PUBLIER SUR LULU.COM

I - Généralités sur LULU

1) L'entreprise

LULU est une entreprise basée aux Etats-Unis (Lulu.com - 3101 Hillsborough Street - Raleigh, NC 27607 - USA), et accessible partout dans le monde par le site www.lulu.com qui compte six versions internationales (Anglais, Français, Allemand, Italien, Espagnol et Néerlandais).

Le nom provient de l'expression anglaise « it's a lulu » désignant un succès littéraire, mais… voyez en I-7 la section sur les illusions…

2) L'impression à la demande

LULU propose des services d'impression à la demande doublés d'une plateforme de vente par Internet avec possibilité d'accords de référencement auprès de certains distributeurs. Les produits proposés sont les livres imprimés, les livres électroniques, et les calendriers (non couverts par ce guide). La clientèle comprend des personnes désireuses d'imprimer des documents privés sans les commercialiser (livres de photos familiaux, thèses d'étudiant, rapports d'entreprise, etc.), tout autant que des auteurs autoédités tentant de percer sur le marché du livre. LULU n'est donc pas un éditeur et doit plutôt être considérée comme un sous-traitant offrant un service d'imprimerie et de vente Internet.

L'impression à la demande repose sur des chaînes d'impression numérique incluant la reliure automatique du livre. Ce process automatisé requiert donc une certaine standardisation des livres à imprimer. Mais en pratique, les formats sont suffisamment divers pour couvrir la plupart des besoins.

Pros et amateurs éclairés, oubliez hirondelles et traits de coupe pour le calage des machines et autres subtilités de l'art de l'imprimeur offset, ce n'est pas de mise ici. Le full-bleed et, peut-être, les couleurs CMJN seront les seuls pièges techniques à maîtriser. LULU est accessible à tous, initiés comme débutants.

3) World Wide

LULU dispose de plusieurs imprimeurs à qui elle sous-traite la confection des ouvrages commandés. Le site étant disponible mondialement sur la toile, des commandes peuvent être passées de n'importe quel pays du globe. LULU sous-traite donc l'impression numérique des commandes à l'imprimeur partenaire le plus proche de l'adresse de livraison. Pour une livraison en France ou en Belgique par exemple, c'est actuellement un imprimeur français qui sera sollicité. Mais le même ouvrage à livrer au Québec sera traité par l'imprimeur américain avec des frais de livraison bien moindres qu'un envoi transatlantique. De cette façon, les ouvrages en ligne sur LULU sont disponibles dans le monde entier, les frais de livraison variant selon la proximité de l'imprimeur avec le destinataire. Cependant, les accords de sous-traitance de LULU avec ses imprimeurs peuvent évoluer à tout moment de façon totalement transparente pour les lulus, exception faite, peut-être, des frais d'expédition.

4) La gratuité

L'accès au service de LULU est gratuit dans la mesure où mettre un livre en ligne ne coûte que l'effort et le temps qu'on y passera. Par contre, commander un exemplaire imprimé coûtera forcément le coût d'impression et les frais de port. Et comme il semble d'élémentaire sagesse de commander au minimum un exemplaire test de son projet avant de le lancer publiquement sur le site (c'est même obligatoire si vous optez pour un service de distribution externe), la gratuité totale est possible pour les e-books mais peu réaliste pour les livres imprimés.

5) Le site Lulu.com

5a) La TVA

Dans la mesure où le site dessert potentiellement tous les pays du globe, tous les prix sont affichés hors-taxe, la TVA n'étant rajoutée qu'au moment de la commande en fonction du pays d'impression/expédition et de livraison. D'ailleurs, la TVA est nulle sur les livres dans les pays anglo-saxons… mais pas sur les frais de port.

5b) Version linguistique

Le site est organisé en « boutique » par pays, mais tous les livres, quelle que soit leur langue, sont disponibles dans toutes les boutiques. C'est donc essentiellement une question de version linguistique du site. Assurez-vous de sélectionner la langue qui vous convient le mieux (en bas à gauche de la page d'accueil LULU).

5c) Numéro de projet vs numéro de produit

Un livre possède deux adresses URL sur LULU.

La première est basée sur le numéro de projet et se structure avec le type de couverture et le titre (exemple : http://www.lulu.com/content/livre-%c3%a0-couverture-souple/genesis-iii5/12934921).

La seconde est basée sur un numéro de produit, différent du numéro de projet dès la première version de celui-ci, et qui change à chaque révision de l'ouvrage. Elle se structure avec le nom de l'auteur, le titre, le type de livre (pour l'exemple précédent, c'est : http://www.lulu.com/shop/philippe-granger/genesis-iii5/paperback/product-20215799.html).

Pourquoi des adresses aussi longues alors que seuls les numéros importent vraiment… ? Mystère. Mais ce qui compte c'est de comprendre la différence entre ces deux numérotations et les adresses web qui en découlent. La première, basée sur le numéro de projet, pointera toujours vers le projet concerné et sera automatiquement redirigée vers la fiche produit de la dernière version (révision) de votre livre. La seconde, basée sur le numéro de produit,… aussi ! Un numéro de produit rendu périmé par une nouvelle révision sera redirigé vers la version actuelle de votre ouvrage. La nuance est donc ténue entre les deux, sauf qu'on s'est aperçu lors de mises à jour passées du site, que le renvoi des liens avec numéro produit pouvait s'avérer moins fiable que celui avec l'immuable numéro de projet. En matière de liens vers vos livres, je vous conseille donc de toujours préférer le premier au second.

Attention ! Le 17 mars 2012, le site a connu une mise à jour majeure destinée à améliorer un certain nombre de choses pour les lulus. Toutefois, il en a aussi résulté certaines perturbations dans les URL des fiches produit, entraînant de sérieux inconvénients pour tous ceux qui avaient beaucoup développé leur marketing promotionnel avec de nombreux liens en divers endroits du web vers leurs livres sur LULU. En l'occurrence, les liens basés sur le numéro de projet fonctionnaient toujours correctement, mais plus ceux basés sur le numéro de produit. Il semble que ce problème ait par la suite été rectifié. Mais pour nous, les lulus, cet exemple doit inciter à demeurer prudents et toujours nous rappeler que LULU est un outil que nous ne contrôlons pas et vis-à-vis duquel il est sage de prendre

quelques précautions. Comme, par exemple, ne faire pointer vers les fiches produit LULU que les liens de nos propres sites ou blogs, ceux que nous mettons ailleurs sur le web pointant uniquement vers ces sites ou blogs persos que nous contrôlons. De la sorte, nous conserverons une meilleure capacité de réaction vis-à-vis des éventuelles évolutions futures de LULU.

6) LULU parmi les métiers du livre

Pour choisir LULU en pleine connaissance de cause et pouvoir se situer dans le marché du livre, il est utile de savoir dans les grandes lignes comment ça se passe dans la filière de l'édition « classique ».

L'**auteur** crée l'œuvre, puis la propose à un éditeur.

L'**éditeur** commence par le filtrage des œuvres qui lui sont proposées en les soumettant à son comité de lecture pour sélectionner celles qu'il retiendra.

L'éditeur passe ensuite l'œuvre à son **correcteur**, afin d'en chasser les fautes de langues et les erreurs typographiques, et éventuellement aussi à son **illustrateur** s'il veut une couverture artistique.

Il transmet ensuite l'œuvre à **l'imprimeur** qui effectue l'impression et la reliure du livre. Pour les faibles tirages (jusqu'à quelques centaines), l'impression numérique (par impression laser) se révèle plus compétitive. Mais pour les gros tirages de plusieurs milliers, voire dizaine de milliers, d'exemplaires, l'impression se fera en offset (avec plaques dédiées à chaque page et nécessité de marques de calage telles hirondelles et traits de coupe).

Le stock de livres part alors chez le **distributeur**, en charge de la partie logistique, stockage, livraison et facturation aux librairies. La promotion auprès des libraires au moyen d'équipes de commerciaux de terrain est le métier du **diffuseur**, qui pourra, selon les accords dont il dispose, faire des mises en place d'office permettant une présence dans les rayonnages, voire en vitrine. En pratique, ces deux métiers sont souvent regroupés au sein d'une même entreprise de diffusion-distribution. Le choix du diffuseur et du distributeur est crucial pour l'éditeur, parce que c'est d'eux que dépend aussi bien la promotion de terrain en librairie que la bonne gestion du stock, la facturation, et évidemment le reversement à l'éditeur de sa part. Certains distributeurs sont réputés être bons payeurs, d'autres beaucoup moins. En général toutefois, les diffuseurs importants n'acceptent pas les auteurs autoédités ni même les petites maisons d'édition ne publiant que quelques livres par an. Ils veulent du volume !

Le **libraire** enfin assure la vente au détail, que ce soit via des librairies physiques ou de vente à distance (généralement par Internet). S'ils peuvent choisir de commander d'eux-mêmes certains livres qui leur paraissent plus vendeurs, les nouveautés leur sont souvent livrées d'office. Ils ont en contrepartie la faculté de renvoyer les exemplaires non vendus dans un délai pouvant aller jusqu'à un an. Ces retours sont gérés par le distributeur, mais c'est l'éditeur qui en assume la charge (ce retour donne lieu à un avoir qui diminue donc son chiffre d'affaires) si l'exemplaire n'est pas revendu ailleurs… sans parler des litiges lorsque l'exemplaire est renvoyé abîmé.

L'éditeur n'est donc qu'un coordinateur des différents métiers physiques autour du livre, mais reste l'acteur majeur pour deux fonctions essentielles : le financement et la communication. Selon le contrat signé avec l'auteur, l'éditeur gérera ou pas les droits dérivés (adaptation BD d'un livre, droits cinématographiques, traductions pour d'autres pays, cession à des clubs de lecture, etc.).

Avant de recourir aux services de LULU, il faut donc bien comprendre qu'elle assure la partie imprimeur et distributeur. Tout le reste (écriture, correction, traduction, mise en page, illustration, communication auprès des médias, démarchage auprès des libraires, etc.) reste à la charge des lulus, avec toutefois l'avantage d'éviter l'investissement financier initial dans la mesure où l'impression à la demande permet de zapper la question du stock.

7) Les illusions

LULU n'est donc pas un éditeur. A ce titre, ne comptez pas sur elle pour faire votre promotion à votre place, ni imprimer du stock pour vous assurer une présence en librairie, etc. LULU est un bon outil à condition d'être conscient de ses limites. En conséquence, si vous y venez pour vendre vos œuvres, soyez bien conscient que mettre votre livre sur LULU ne vous assurera aucune vente spontanée (même si ça peut aussi arriver, selon les ouvrages). Seuls vos efforts de promotion, communication et vente, pourront (peut-être) vous apporter la récompense commerciale que vous espérez.

Si vous comptez sur LULU pour devenir un auteur à succès… soyez très conscient que les illusions ouvrent avant tout la porte de la déception. Mais il ne faudra pas pour autant blâmer LULU d'avoir cru qu'elle était plus que ce qu'elle n'est.

LULU, bûcher des vanités… cimetière des illusions perdues.

II - Créer son LIVRE

Nous parlerons ici essentiellement de la création d'un livre papier, ne traitant le livre électronique que par différence dans le chapitre II-6.

La toute première chose à faire est de regarder la vidéo du tutoriel LULU. Ca va trop vite pour y apprendre grand chose, mais vous aurez au moins une idée d'ensemble du processus de publication dont certains points sont repris dans ce guide tandis que d'autres sont considérés, à tort ou à raison, comme suffisamment évidents au cours du processus pour ne pas être détaillés.

1) Généralités sur un projet

Un projet ne contient qu'un seul ouvrage sur un seul support et un seul format. Un même livre proposé en version papier et en version numérique doit faire l'objet de deux projets distincts. Idem pour un livre proposé en édition luxe avec couverture rigide et en édition standard avec couverture souple, voire avec papier économique.

Le processus de création du projet se fait en suivant les différentes étapes de l'assistant de publication. Du fait de l'automatisation du processus de création comme d'impression, tout n'est pas possible et il y a certaines contraintes à respecter. Personne ne viendra corriger vos erreurs. LULU est en self-service. Il est donc important d'en comprendre le fonctionnement pour parvenir à y faire ce que vous voulez.

1a) Nom de plume vs nom réel

Vous êtes libre de signer vos livres d'un nom de plume, et même de l'utiliser pour créer votre compte LULU (cf.II-10). Par contre, les informations de paiement (qui sont distinctes) devront impérativement mentionner votre véritable état civil sous peine de risquer des problèmes au niveau fiscal et pour encaisser vos revenus.

LULU ne contrôlera pas votre identité (sauf à ce que quelqu'un ne se plaigne que vous ayez usurpé la sienne… par exemple si vous prenez le nom d'un people pour tenter de mieux vendre !).

1b) Générer des fichiers PDF

Un projet se compose de deux fichiers PDF distincts : un pour le corpus (le contenu) et un pour la couverture. Vous pouvez fournir vos propres fichiers PDF ou recourir aux assistants de création LULU pour les générer. Ceux-ci vous seront proposés au fur et à mesure du processus de publication.

Plusieurs logiciels vous permettent de générer vous-mêmes vos PDF. Bien sûr, il y a les outils payants d'Adobe, mais il y en a aussi des gratuits, comme Open Office qui permet d'enregistrer ses fichiers au format PDF, ou encore CutePDF ou PDFCreator qui agissent comme des imprimantes virtuelles et sont téléchargeables gratuitement sur des sites tels clubic.com ou télécharger.com. L'expérience montre que ceux qui conservent la maîtrise de leur PDF ont moins de surprises que les autres, mais peut-être simplement aussi parce qu'ils ont généralement déjà au départ une meilleure maîtrise technique des outils informatiques…

Une résolution de fichier PDF de 300 dpi sera optimale pour des ouvrages de graphistes ou avec photos. Le surplus de qualité apporté par une résolution de 600 dpi n'est pas décelable à l'impression mais augmente considérablement la lourdeur du fichier. Pour du texte, on peut aussi se contenter de moins, les polices étant de toute façon vectorisées.

1c) Polices de caractères

La description du livre, son titre et le nom de l'auteur que vous saisirez pour l'enregistrement du projet et qui sont destinés à sa présentation sur LULU doivent obligatoirement être en alphabet latin. Les accents français ne posent pas de problème sur le site, mais peuvent créer des surprises sur les sites anglophones si vous optez pour une distribution externe. Ni les alphabets cyrillique, grec, ou asiatiques (arabe, sanskrit, thaï, vietnamien…), ni les écritures calligraphiques (chinois, japonais, etc.) ne sont acceptés à ce stade.

Par contre, le corpus et la couverture du livre peuvent en contenir. Cependant, si vous utilisez d'autres polices de caractères que les polices standards de LULU, et particulièrement des polices non latines, vous devrez les incorporer à votre PDF pour qu'elles s'impriment correctement.

Pour un livre papier ou un e-book PDF, si vous savez produire un fichier PDF sans texte sélectionnable, donc où votre texte apparaît sous forme d'image, vous éviterez ce problème. Mais si vous pouvez en sélectionner les lignes avec la souris, vous devez faire attention à cette question de polices non standards à inclure au fichier. Pour un e-book au format ePub, figer le texte en image vous posera au contraire plus de problème compte tenu du principe du texte coulant (cf. II-6a).

1d) Le full-bleed (bords perdus)

Le principe du full-bleed est particulièrement important pour les ouvrages avec photo et les couvertures. Mais il est totalement superflu pour le corpus d'un ouvrage de simple texte.

L'automatisation des chaînes de confection des livres engendre une variation de la coupe de 0.125 pouce / 0.317 cm. Pour éviter que n'apparaissent des bandes blanches indésirables sur les bords de pages, il faut donc fournir des fichiers PDF dépassant d'autant de chaque côté du format voulu. Par exemple, un format A5 de 14.81x20.99 cm, demandera un fichier supérieur de 0.25 pouce / 0.635 cm en hauteur et en largeur, soit 15.445x21.634 cm. Selon les logiciels, n'hésitez pas à sélectionner un « format personnalisé » pour pouvoir gérer 3 décimales.

Pour obtenir un corpus ou une couverture dont les images vont jusqu'au bord des pages, vous devrez les faire s'étendre jusqu'au bord de ce format élargi afin qu'après coupure vous soyez certain de n'avoir aucune bande blanche non désirée.

Attention ! Si la taille de page du PDF n'est pas supérieure de 0.25" (0,63cm) à la taille de livre choisie, l'automate LULU redimensionnera automatiquement le PDF à la taille du livre sans aucune zone de débord, et donc avec le risque d'avoir des bandes blanches indésirables. Des hirondelles et traits de coupe qui agrandissent la dimension de la feuille au-delà de celle de votre livre causeraient donc un redimensionnement préjudiciable de votre fichier en plus d'être totalement inutiles pour ces processus automatisés.

Du fait de la discontinuité entre deux pages qu'entraîne le full-bleeding, il est assez délicat d'avoir des photos ou des images s'étalant sur une double page, à l'exception de la double page centrale d'un livret en reliure agrafée. Si vous n'êtes pas un expert de la PAO, évitez.

A contrario, pour un roman ou un essai ne comportant que du texte dont les marges ne sont pas à 3 mm près, il est donc tout à fait satisfaisant de fournir pour le corpus un PDF à la stricte dimension du format choisi, sans se préoccuper de full-bleed.

Astuce : Les logiciels de PAO gèrent très bien les bords perdus, même un gratuit comme Scribus. Mais pour vous simplifier la vie dans le formatage de vos documents, LULU propose des modèles prédimensionnés du corpus où vous n'avez plus qu'à insérer votre texte, ainsi que de la 1ère et 4ème de couverture où vous n'avez plus qu'à rajouter vos images.

1e) N&B et Couleurs (RVB vs CMJN)

Si vous utilisez des images **N&B**, assurez-vous dans vos paramètres couleurs qu'elles soient en « niveau de gris » et non réellement en noir et blanc.

Si vous utilisez de la **couleur**, ayez conscience que les couleurs primaires des écrans sont celles de la lumière : le Rouge-Vert-Bleu (RGB en anglais). Par contre, les imprimeurs

travaillent avec les couleurs primaires du dessin (les mêmes que pour nos imprimantes) : le Cyan-Magenta-Jaune-Noir (CMYK en anglais). Une image fournie en RVB risque à l'impression de ressortir plus foncée que vous ne le souhaitez. Si la fidélité des couleurs est importante pour vous, il sera souhaitable de convertir vos fichiers en CMJN afin de vous assurer une meilleure conformité de celles-ci. Cela peut se faire à l'aide de logiciels payants comme Photoshop, d'utilitaires gratuits comme The Gimp (mais qui vous reposeront le problème si vous souhaitez fournir votre fichier finalisé en PDF plutôt que de dépendre des assistants de LULU), ou d'Open Office qui sait à la fois traiter vos dessins en CMJN (« outils/option/couleurs », passez de RVB à CMJN) et les exporter en PDF. Scribus, logiciel de PAO gratuit, supporte aussi le CMJN et intègre l'exportation en PDF. PDFcreator permet aussi de faire des PDF en CMJN (dans la fenêtre d'impression, cliquez « Options », puis format PDF / onglet couleurs, et faites votre choix).

A noter toutefois que LULU dit de ne pas convertir de l'un à l'autre. L'expérience rend pourtant méfiant vis-à-vis de ce conseil et incite au contraire à vouloir maîtriser sa conversion. Mais si ces questions de conversion vous rebutent ou que des teintes approximatives vous suffisent, vous pouvez aussi simplement laisser vos images en RVB, mais en les éclaircissant légèrement. Le résultat final devrait être proche de ce que vous espérez, et vraisemblablement satisfaisant, au risque de devoir faire plusieurs révisions/commande de contrôle pour trouver la bonne teinte.

Attention ! Le pelliculage est réputé augmenter légèrement le contraste de vos images de couverture. Il est donc parfois utile de le réduire (un peu) sur les fichiers que vous fournissez pour celle-ci.

1f) Statut du projet

Un projet peut avoir trois statuts :

- accès privé : accessible par vous seul ;

- accès direct : accessible uniquement par un lien URL dont vous maîtrisez la diffusion, et donc réservé aux gens à qui vous le fournissez (ainsi qu'à ceux à qui ils le transmettront) ou qui visiteront votre site Internet ou blog si vous l'y incluez ;

- accès général : accessible par tous sur la plateforme LULU.

Vous pouvez à tout moment changer le statut de votre projet (dans « mon LULU », projet, réviser).

1g) Format et nombre de pages

Vous ne pouvez pas définir librement votre **format** et devrez choisir l'un de ceux prédéfinis par LULU. Les nombres minimum et maximum de pages varient selon les formats. Assurez-vous qu'ils soient adaptés à la taille de votre projet.

Les options de papier possibles varient aussi selon divers critères (format, couverture, reliure, N&B ou couleur). Typiquement, c'est du 90 gr/m^2 pour du texte, et du 115 pour de la couleur. Mais il y a des options économiques ou premium selon les cas.

Attention ! Tous les formats ne sont pas nécessairement disponibles chez tous les imprimeurs de LULU. Un format peu courant peut donc être imprimé hors d'Europe et entraîner des frais de port plus lourds. A ce jour, LULU avertit que les couvertures rigides avec jaquette ou le papier économique ne sont imprimés qu'aux USA. Mais, pour ce dernier au moins, les frais d'expédition, les délais, et des enveloppes affranchies en France font douter que cette limitation soit encore d'actualité.

1h) Contrôler/Réviser son projet

Il est possible de « **réviser** » à tout moment un projet (onglet « mon lulu », lien « réviser » du projet concerné) pour en corriger, modifier, améliorer divers aspects.

Toutefois, avant de parler de révision, il est de bon sens de commencer par **corriger** son livre afin qu'il soit aussi exempt que possible de fautes diverses. Pour ce faire, n'hésitez pas à vous aider de deux correcteurs orthographiques et grammaticaux différents, par exemple Word et Open Office ; vous constaterez qu'ils ne sont pas forcément d'accord entre eux, ne signalent pas forcément les mêmes fautes, et n'ont de toute façon pas forcément

raison. Par contre, ils sont clairement limités et des outils spécialisés et payants sont recommandés : par exemple Antidote, Petit Prolexis ou son coûteux grand frère, sans être parfaits, se révéleront certainement détecter de nombreuses erreurs qui avaient échappé à Word, Open Office ainsi qu'aux diverses relectures par diverses personnes. Ne sous-estimez pas l'apport d'un bon outil.

Ensuite, il faut **contrôler** les fichiers reçus par LULU. Cela doit se faire en téléchargeant les deux PDF (corpus et couverture) du projet pour s'assurer qu'ils sont conformes à vos attentes (format, N&B ou couleurs, mise en page, etc.).

Si vous n'avez pas opté pour une distribution externe, commander un exemplaire test n'est pas obligatoire, et souvent superflu dans le cas d'un livre de texte avec une couverture sans image. Par contre, c'est le seul moyen de vous assurer de la conformité du rendu de la couverture et des éventuelles images intérieures, qu'elles soient en couleur ou en niveau de gris. Et puis, vous voudrez bien avoir un exemplaire de vos œuvres dans votre bibliothèque, non ?

Si vous avez opté pour un pack de distribution, ce contrôle est particulièrement essentiel car est alors prévue l'obligation d'acheter un exemplaire test de son projet pour « l'approuver » une fois reçu et vérifié, toute correction entraînant par la suite des « frais d'achat de révision » (cf. II-5c).

Attention ! Sachez qu'une révision effacera les éventuels commentaires et évaluations précédemment laissés par des lecteurs sur le site, LULU considérant qu'un projet révisé n'est plus nécessairement tout à fait le même produit et que les commentaires passés peuvent ne plus s'appliquer. Il est vrai que la révision rend possible de modifier de fond en comble un projet de sorte qu'il devienne totalement différent… du moins lorsqu'il n'a pas d'ISBN en figeant au moins les caractéristiques externes (titre, format, taille, etc.).

Une modification du prix, ou du texte de présentation, se fait également par le lien de révision du projet dans « Mon Lulu », mais n'est qu'une édition des « métadonnées » de celui-ci (paramètres commerciaux et de présentation) qui n'effacera pas les commentaires et évaluations.

Problèmes courants :

Si les **couleurs** sont plus sombres que prévues => assurez-vous que votre écran est bien calibré et qu'il ne vous trompe pas. Si c'est bon, et que vous avez fourni des fichiers RVB, alors soupçonnez un problème de conversion CMJN (cf. II-1e).

Si le rendu semble **déformé** ou pas à la bonne échelle => c'est que le fichier fourni n'était pas à la dimension attendue et a été automatiquement redimensionné par l'automate (cf. II-1d).

Si l'exemplaire a des **défauts** (pages décollées, caractères mal imprimés à l'intérieur, etc.) => des problèmes de qualité sont toujours possibles même s'ils sont relativement rares. Dans tous les cas, si nous devons assumer nos erreurs ou lacunes, LULU ne nous demande pas d'assumer les siennes. Plutôt que de crier au scandale, commencez simplement par prendre un ticket SAV (cf. II-11) en joignant dans la mesure du possible des photos du problème, et LULU vous proposera une solution adaptée, généralement le remplacement.

1i) Fichiers volumineux

Pour les fichiers volumineux (supérieurs à 300 Mo), il existe une possibilité d'upload par serveur FTP. Un utilitaire gratuit comme Filezilla est tout ce qu'il vous faudra. Le fichier peut être très volumineux : Manù rapporte en avoir uploadé un de 1.4 Go !

1j) Retirer un projet

« Retirer » un projet ne signifie pas en faire un nouveau tirage mais est ici ce qu'il y a de plus proche de « supprimer ». Si certains projets se suppriment sans problème, il semble que d'autres ne puissent l'être, probablement parce que LULU se doit de conserver copie de tout ce qui a pu être imprimé ou vendu par ses soins, ne serait-ce qu'en cas de litige, poursuites légales sur un contenu, etc. D'où la procédure de retrait plutôt que de suppression (dans « mon lulu », onglet « mes projets »).

Mais on peut aussi se contenter de le passer en statut « privé » ce qui le rend inaccessible à tout autre que son auteur et revient donc un peu au même. Il semble d'ailleurs judicieux d'en passer par là de toute façon avant de le retirer, même si rien ne l'exige.

1k) Licéité de l'ouvrage

Il va sans dire, mais ça va mieux en le disant, que si vous êtes libre d'imprimer ce que vous voulez dans le cadre d'un projet demeurant privé, vous ne l'êtes plus dès lors que vous le rendez accessible au public, que ce soit par un « accès général » ou un « accès direct » par lien diffusé à autrui d'une façon ou d'une autre.

Capacité légale : tout le monde peut écrire et se publier, mais si vous êtes mineur ou sous tutelle vous devrez obtenir le consentement de votre responsable légal avant de mettre un ouvrage en vente, notamment en ce qui concerne les questions financières.

Respect des personnes : vos écrits ou dessins ne doivent pas diffamer des personnes réelles, vivantes ou mortes, que ce soit en les nommant explicitement ou en les désignant par des allusions suffisamment précises pour ne pas laisser de doute sur les personnes visées. De même, ils ne doivent pas inciter à la haine ou à la violence, à la délinquance sexuelle ou à la pédophilie, ni à la discrimination sous quelque forme que ce soit.

Ces restrictions ne vous privent toutefois nullement du droit à la caricature, à la critique, ou à la parodie. Vous pouvez également publier des ouvrages « pour adulte » du moment qu'ils sont clairement répertoriés comme tels.

Respect des œuvres protégées : vous ne pouvez utiliser d'œuvres protégées par des droits d'auteur ou un copyright sans consentement écrit préalable du détenteur de ces droits (malgré certaines allégations avançant le contraire, un e-mail n'a pas de validité légale, n'importe qui pouvant facilement en confectionner un faux à sa guise ; un document original signé est donc de rigueur ; le silence ne vaut pas consentement mais refus !). Ceci s'applique particulièrement aux images, photos, tableaux, etc., facilement accessibles sur le web sans nécessairement être libres de droits pour autant, mais également à certains bâtiments comme la pyramide du Louvre qui, bien que financée par de l'argent public et librement photographiable par les badauds, requiert le paiement de droits à son architecte (un sino-américain) pour en utiliser commercialement l'image (le contribuable appréciera !).

Sont en revanche librement utilisables toutes les œuvres du domaine public, notamment des images ou tableaux. Tombent automatiquement dans le domaine public les œuvres dont l'auteur est décédé depuis au moins 70 ans (cf. Annexe 4). Par exemple, toutes les œuvres de peintres jusqu'au 19ème siècle sont donc dans le domaine public ; après, il faut y regarder de plus près. **Attention** ! Si un tableau est libre de droit, cela ne signifie pas que la photo de cette œuvre l'est également ! Mais si rien ne permet de distinguer cette photo de la même qu'aurait pu prendre n'importe qui, vous compris, alors… Et reste aussi le problème des procédures abusives d'organisations disposant de gros moyens et s'en servant pour dissuader le commun des mortels d'utiliser telle ou telle œuvre pourtant tombée dans le domaine public.

2) Le corpus

Le corpus correspond aux pages intérieures du livre. Il est constitué d'un fichier PDF que vous pouvez fournir tout fait ou générer par l'automate LULU à partir de votre fichier de travail. L'automate LULU accepte les formats doc, docx, rtf, jpg, gif, png et puis c'est tout.

Toutes les pages du livre doivent être à la même dimension et dans le même sens, donc celui du format choisi, sans alternance de page portrait et de page paysage. Nous ne parlons pas ici de contenu, libre à vous d'inclure un tableau ou une image dans un sens différent du reste du contenu, mais c'est la tête qui doit tourner, pas la page.

Vous pouvez également fournir **plusieurs fichiers** qui seront alors collationnés dans l'ordre où vous les mettez (il est possible de modifier l'ordre des fichiers en les faisant monter ou descendre les uns par rapport aux autres). Il est alors recommandé de les nommer avec

un numéro d'ordre pour éviter de se piéger tout seul… **Attention !** Plusieurs fichiers augmentent les risques d'erreur, que ce soit dans la numérotation des pages, le format des fichiers, le sens des pages, etc…

2a) Noir et Blanc vs Couleur

Vous devrez choisir entre un corpus Noir et Blanc ou Couleur. Une seule image couleur n'importe où à l'intérieur du livre imposera les caractéristiques (qualité papier) et le tarif couleur à toutes les pages. Et comme c'est environ 7.5 fois plus élevé que le tarif N&B, assurez-vous que ça en vaille la peine.

2b) Structure typique du corpus

N'hésitez pas à prendre exemple sur les livres du commerce pour constituer votre corpus. Celui-ci est typiquement structuré comme suit :

- deux premières pages vierges (cf. IV-1)
- page de titre
- page de copyright au verso de la page de titre (voir II-2d)
- pages de l'œuvre elle-même
- dernière page vierge (cf. IV-1)

Attention ! Selon l'imprimeur à qui LULU déléguera le travail à façon, si le nombre de pages votre ouvrage n'est pas multiple de 4, il est possible que soient rajoutées des pages blanches en fin d'ouvrage pour qu'il le devienne.

2c) Mentions légales

Vous devrez inclure à votre fichier toutes les mentions légales que vous estimez s'appliquer à votre cas et qui différeront selon la distribution choisie, le pays où vous êtes (cf. 2ème partie sur les spécificités nationales), etc. LULU n'y ajoutera rien, même si vous passez par ses automates.

Attention ! Si vous optez pour un ISBN LULU, vous devrez l'inclure sur la page de copyright du corpus après l'avoir obtenu.

2d) Page de copyright

La page de copyright se trouve généralement au verso de la page de titre.

Sauf à reproduire l'œuvre d'un autre (qu'elle soit dans le domaine publique comme un livre très ancien, ou que ce soit avec permission de l'auteur) vous serez titulaire du copyright et noterez en bas de page la mention « © nom de l'auteur, année ». Ceci demeure vrai même si vous déléguez à LULU le titre d'éditeur officiel en optant pour son ISBN.

Vous pouvez d'ailleurs sur cette page indiquer des conditions spécifiques de copyright. Par exemple si votre but est de favoriser la diffusion et la notoriété de votre ouvrage, vous pouvez décider de choisir une licence ouverte (cf. Annexe 2)

Attention ! A défaut de mentionner un copyright, tout un chacun devient alors libre de considérer votre œuvre comme étant libre. Certes, avec un bon avocat, tout se plaide, mais autant éviter ce genre de flou en précisant la chose au départ.

Typiquement, c'est aussi sur cette page de verso du titre que figurent les autres ouvrages de l'auteur.

3) La couverture

La couverture est en couleur par défaut, donc sans réduction de tarif si vous la concevez uniquement en N&B (c'est-à-dire en fait en niveau de gris). Elle n'est imprimée que du côté des 1ère et 4ème de couverture et de la tranche. Les 2ème et 3ème de couverture (i.e., les intérieurs des volets avant et arrière de la couverture) seront donc obligatoirement blanches.

Vous pouvez fournir un fichier PDF d'une pièce à la taille de la couverture avec débords pour le full-bleeding. Vous devez pour cela utiliser le calculateur d'épaisseur de livre

afin que la tranche ait la bonne largeur. Sauf à avoir opté pour le papier économique, vous devrez y inclure vous-même le code à barre.

LULU propose aussi un automate de génération de la couverture où vous pouvez charger des images (jpg, gif, png, PDF) pour la 1ère et la 4ème de couverture, et rajouter les textes appropriés. Vous ne pouvez pas y mettre d'image sur la tranche, uniquement du texte, et avez globalement moins de liberté, mais pas mal tout de même. Et surtout, dimensions (tranche, débords) et incrustation d'office du code à barre seront gérées par l'automate.

4) ISBN

Il n'est pas obligatoire d'avoir un ISBN pour publier un livre sur LULU, mais certaines réglementations nationales peuvent l'exiger. Par contre, il sera indispensable d'en avoir un si vous souhaitez être référencé pour une distribution externe au site, que ce soit pour un livre papier ou électronique. Vous avez alors le choix entre vous procurer vos propres ISBN ou vous en faire attribuer un gratuitement par LULU, choix dont il faut bien saisir les implications (cf. II-4b et c).

Le choix de publier un livre avec ou sans ISBN se fait au début du processus de publication et ne peut être changé ensuite. Il faut donc y réfléchir avant de se lancer.

4a) Ques acco ?

L'ISBN (International Standard Book Number) est un code passé de 10 à 13 chiffres en 2007, par rajout du préfixe 978 ou 979 correspondant au produit livre, et le rendant compatible avec les codes EAN de la grande distribution pour la génération des codes à barre. Un ISBN se structure ainsi : 978-z-eeee-oooo-c, avec

- z pour la zone linguistique (1 pour l'anglophonie, 2 pour la francophonie,… aie, à ce rythme-là, y'en n'aura pas pour tout le monde…),
- eeee pour l'identification de l'éditeur,
- oooo pour l'identification de l'ouvrage,
- c pour la clé de contrôle.

Chaque format d'édition ou support d'un même ouvrage doit avoir un ISBN différent : par exemple un format couverture souple, un format couverture rigide et la version électronique d'un même ouvrage demandent 3 ISBN différents. Ils correspondront d'ailleurs à trois projets différents sur LULU.

De même, bien que le processus de révision d'un projet vous permette de changer du tout au tout le contenu d'un livre (mais pas ses caractéristiques externes) sans changer d'ISBN, une nouvelle édition d'un livre existant (augmentée, améliorée, mise à jour, etc.) doit faire l'objet d'un nouveau projet avec un nouvel ISBN. Ceci ne s'applique évidemment pas à des corrections mineures, d'ordre typographique par exemple, pour lesquelles le processus de révision sans changement d'ISBN est approprié.

4b) ISBN perso

Un ISBN qui vous soit propre s'obtient gratuitement (généralement par série de 10) auprès de l'AFNIL (Agence Francophone pour la Numérotation Internationale du Livre) qui couvre la France, la Belgique (partie francophone uniquement) et l'Afrique francophone. Vous êtes alors officiellement répertorié comme étant l'éditeur de votre ouvrage et avec votre pays comme pays d'édition.

Pour les autres pays, comme la Suisse qui a sa propre agence, vous pouvez rechercher de quelle agence vous dépendez sur le site de l'ISBN international (possibilité de convertir la langue en français en cliquant sur le petit drapeau en haut à droite) *(merci à ETr75 pour ce lien)*.

Toutes les informations pour ce faire sont disponibles sur leur site.

Attention ! La politique de l'AFNIL comporte toutefois une ambiguïté : l'agence fournit un ISBN pour tout ouvrage relevant d'un dépôt légal, mais pas pour ceux dont le tirage est

inférieur à 100 exemplaires pourtant souvent soumis à cette obligation de dépôt. Aux lulus donc de choisir, selon ce qui leur semble le mieux pour eux, quitte à déclarer lors de la demande un tirage supérieur à 100 si besoin, ce qui, allez savoir, sera peut-être vrai avec le temps.

4c) ISBN LULU

Lulu vous offre toutefois la possibilité de vous fournir gratuitement un ISBN de l'agence anglaise Nielsen. C'est plus simple mais votre choix n'est pas totalement neutre et vous engage à accepter l'accord d'utilisation. Si vous choisissez cette option, votre ouvrage sera réputé édité en Angleterre avec LULU comme éditeur.

Cette option n'est plus proposée pour les ouvrages en papier économique, vraisemblablement parce que ceux-ci ne sont pas éligibles aux options de distribution et que LULU se doit d'économiser un peu ses numéros ISBN.

Attention ! Avec LULU comme éditeur officiel, vous ne pourrez pas utiliser cet ISBN pour référencer votre livre via d'autres canaux que ceux de LULU et les partenaires avec qui elle a conclu un accord. Par contre, il est bien clair que LULU, qui vit de ses ventes, ne vous reprochera jamais de lui acheter des livres pour les revendre ensuite sur votre propre site Internet ou lors de salons, voire sur des marchés, foires ou assimilés, ou même directement à des librairies. Ce faisant vous ne faites qu'assurer une activité de promotion-diffusion-distribution compatible avec son statut d'éditeur et votre statut d'auteur-revendeur. Mais si vous vous mettez aussi sur la Market Place de Fnac.com… la limite n'est pas claire, et il appartient à chacun de trouver la juste mesure.

4d) l'inclure ou pas sur la couverture ?

Si vous avez recours à **l'automate de création de couverture**, LULU incrustera automatiquement le code à barre pour vous sur la couverture. Simple et pratique !

Mais si vous fournissez un fichier **couverture PDF d'une seule pièce**, LULU ne l'y ajoutera que s'il s'agit d'une impression en papier économique.

En choisissant un ISBN LULU, l'automate de publication vous proposera de télécharger votre code à barre au format PDF. Peut-être le propose-t-il aussi lorsque vous saisissez votre propre ISBN pour le projet ? Sinon, pour le générer vous-même, il existe divers outils sur le web. En voici un pour Mac, et un pour Windows.

Vous devrez ensuite l'insérer sur votre couverture une pièce à la bonne dimension (1.833x1 pouce / 4.65x2.54 cm) dans le coin inférieur droit de la 4ème de couverture (à au moins 0.375 pouce / 0.95 cm de la tranche et du bord inférieur). C'est nettement plus gros que ce qu'on voit sur les livres du commerce, si bien qu'il faut prendre ces indications comme étant une recommandation non obligatoire de LULU, mais bon… si ça lui fait plaisir… et que ça vous évite des rejets dans les circuits de distribution…

Astuce : Si vous peinez à générer votre propre code à barre mais voulez mordicus fournir une couverture une pièce (notamment pour pouvoir mettre un logo ou des caractères spéciaux sur la tranche), vous pouvez commencer par utiliser l'automate de création de couverture, télécharger le fichier PDF généré, le transformer en image (au pire avec alt+impr.écran et collage ensuite dans un nouveau fichier d'un logiciel d'image), la rogner pour n'avoir plus que le rectangle blanc avec le code à barre, l'inclure sur votre image de couverture avant de la transformer en PDF, supprimer la couverture générée par l'automate et mettre la vôtre à la place.

5) Les packs distribution

Par défaut, et à condition de l'avoir mis en statut « accès général », votre projet n'est proposé que sur la plateforme de vente Internet de LULU. Mais il est possible d'opter également pour une distribution externe.

5a) GlobalReach vs ExtendedReach

Lulu propose deux options de distribution externe :

	GlobalReach	ExtendedReach
tarif	$75 (une seule fois) = 57€	gratuit
condition d'ISBN	perso ou LULU	LULU uniquement
référencement	Ingram (*), Barnes and Noble (*), Amazon.com, Amazon.co.uk	Amazon.fr, .com, .co.uk, .it, .de, et .sp

(*) Ingram : distributeur couvrant le Royaume Uni et l'Amérique du Nord
Barnes and Noble : important réseau de librairies nord-américain

En clair, si vous avez votre propre ISBN, vous ne pourrez opter que pour l'option GlobalReach qui vous rendra disponible dans le monde anglophone, ce qui n'aura d'intérêt que si vous écrivez en anglais. Alors que si vous voulez être référencé sur le site francophone d'Amazon, vous devrez obligatoirement opter pour l'ISBN anglophone de LULU. Pas forcément logique, mais suffit de le savoir et de s'adapter en conséquence.

Attention ! Lorsque vous souscrivez à une option de distribution, il est dit au moment du choix que l'option GlobalReach correspond à ExtendedReach plus le référencement détaillant, etc. Mais les informations fournies ailleurs sur le site et par le SAV LULU sur le forum, et sur lesquelles est basé le tableau ci-dessus, font bien état qu'il ne s'agit pas des mêmes sites d'Amazon, et donc que ce n'est pas la même chose avec un plus. Il semble que la structure très atomisée et démultipliée de l'information sur LULU fasse qu'elle est elle-même parfois dépassée dans sa mise à jour et que certaines explications soient parfois obsolètes face aux évolutions des services proposés… tout comme le sera inévitablement à terme ce guide qui n'a pas vocation à monitorer la moindre modification du site et de ses services (mais ça me paraît davantage excusable).

5b) Les conditions de formatage

Si vous voulez opter pour un pack de distribution, vous devez encore vous assurer que votre livre répond aux exigences de la distribution externe et que le format et nombre de pages sont compatibles. A défaut, votre livre sera refusé.

Attention ! Les bases de données anglophones peuvent avoir du mal avec nos accents français éventuellement contenu dans le titre ou le nom d'auteur. Il peut être nécessaire de corriger une mauvaise transposition des caractères accentués sur Amazon (il y a sur la page de présentation de tous les livres Amazon, au niveau de la rubrique « détails sur le produit » un lien « Souhaitez-vous compléter ou améliorer les informations sur ce produit ? »). Toutefois cela ne signalera le problème que chez Amazon alors que, si vous avez un ISBN anglophone, il est aussi possible de le rectifier à la source dans la base de données de Nielsen (cliquez sur « not a registered user », remplissez le formulaire au nom de LULU et avec ses infos, puis envoyez à l'adresse e-mail indiquée pour faire rectifier le titre ou le nom de l'auteur).

5c) L'approbation

La souscription d'un pack de distribution s'accompagne d'une procédure de contrôle et de révision (cf. II-1h) nettement plus contraignante, mais compréhensible pour garantir un minimum de sérieux quant aux ouvrages proposés.

D'abord, acquérir un **exemplaire de contrôle** de votre ouvrage n'est plus optionnel mais obligatoire. A réception, vous devrez le vérifier, et, s'il est conforme à vos attentes, l'**approuver** (onglet « Mon Lulu », lien « approuver votre projet » du livre concerné). Une fois approuvé par vous, votre livre sera soumis à vérification par LULU et ses partenaires, qui devront également l'approuver à leur niveau. Un refus est possible, même si a priori uniquement pour des raisons de non-conformité de la forme, non pour des questions de contenu (pas de censure par un comité de lecture).

Ensuite, une éventuelle révision suivra le même processus au détail près que, si les changements avant approbation demeurent gratuits (au rachat d'un exemplaire de contrôle près !), après avoir approuvé votre livre, toute modification du projet vous en coûtera des

« frais d'achat de révision » (en fait des frais techniques de réimpression de LULU qui ne vous dispensent d'ailleurs pas de devoir racheter encore un exemplaire test pour pouvoir approuver à nouveau votre projet).

D'où l'importance de bien contrôler son ouvrage dès le départ à partir des fichiers PDF prêts à imprimer, les corrections ne demeurant réellement libres et gratuites que tant que vous n'avez pas commandé l'exemplaire de contrôle.

Notez qu'une fois votre livre « approuvé » (par vous), il n'apparaîtra pas immédiatement sur Amazon mais sous deux mois environ. Le même délai s'appliquera pour la prise en compte d'une révision, ou pour le retrait de l'ouvrage.

5d) L'autodistribution vs les options de distribution externe

Au risque de jeter un pavé dans la marre des accords de référencement de LULU, si vous avez votre propre ISBN, rien ne vous empêche de vous référencer directement sur la Market Place de la Fnac.com où la commission sur vente pour les livres est de 14%. Vous pouvez en parallèle aussi vendre sur Amazon.fr où les frais sont de 10.44% + 0.99+0.30€ HT par article, voire moins si vous vendez beaucoup. Par rapport aux 50% que prend Amazon lorsqu'on s'y référence via LULU, ça laisse pensif… et vous laisse de quoi faire une remise et offrir en plus les frais d'expédition si vous le souhaitez.

Nul besoin de choisir entre Fnac et Amazon alors que vous pouvez faire les deux, voire d'autres encore, puisque vous êtes libre d'en faire autant que vous voulez tout en étant moins contraint par les exigences de format et mise en page de la distribution. Au final, LULU n'en sera de toute façon pas lésée parce que son intérêt est que nous vendions beaucoup et qu'elle gagne plus sur les ventes directes que sur celles faites par un distributeur.

Par contre, les packs de distribution conservent un avantage majeur par rapport à ces référencements directs : pas besoin d'intervenir à chaque commande reçue (que ce soit pour expédier de votre stock ou ressaisir la commande sur LULU) puisque les packs s'en occupent pour vous. C'est appréciable.

6) Le prix de vente

6a) Coût de base

Chaque projet a un coût de fabrication dépendant de ses caractéristiques (format, couverture, N&B ou couleur, nombre de pages…) et du choix ou pas d'un pack de distribution. Ce coût HT vous est indiqué lors du processus de création du projet ou peut être anticipé à l'aide du calculateur de prix LULU pour les projets sans pack distribution, ou du calculateur de prix de détail si vous en avez souscrit un. Consultez l'exemple de prix pour mieux saisir la différence entre les deux et qui réside dans la répartition des marges et le coût de la reliure (à noter qu'à la date de ce guide, LULU n'a pas mis à jour cet exemple de prix par rapport à la révision tarifaire du 27 juin 2012 qui semble avoir réduit cette différence de coût de reliure).

Lors de vos commandes à LULU de vos propres ouvrages, c'est le coût de fabrication LULU qui s'applique, et non celui du tarif avec coût de reliure réduit d'un éventuel pack de distribution. Opter pour un pack distribution ne permet donc pas de gagner en coût de base pour vos achats.

Il n'est pas possible d'acheter des pré-tirages pour faire baisser le coût de production et augmenter sa marge. Mais de toute façon, l'intérêt de l'impression à la demande est précisément d'éviter de prendre le risque d'un stock. Toutefois, pour ceux qui utilisent LULU comme simple imprimeur, prennent ce risque de stock et s'emploient à l'écouler eux-mêmes, il existe d'autres moyens de bien faire baisser ses coûts d'achat :

- les **remises quantitatives** à partir de 10 et 25 exemplaires (selon la nouvelle politique tarifaire mise en place le 27 juin 2012, contre des seuils à 25 et 100 auparavant).
- les **coupons promotionnels** ponctuels que LULU propose régulièrement et qui peuvent atteindre 15, voire 20%.

Les deux étant cumulables, un acheteur avisé trouvera matière à optimiser.

6b) Prix de vente

C'est vous qui fixez librement le prix de vente HT de votre livre (sous réserve du minimum indiqué par LULU). A vous de sonder votre marché pour déterminer le juste prix de votre ouvrage.

En l'absence de pack de distribution, le prix minimum est le coût de base. A ce minimum, votre marge est nulle et vous ne gagnez donc aucun revenu si quelqu'un achète votre livre. Si le prix est supérieur à ce coût, vous toucherez pour chaque vente 80% de la différence, LULU en conservant 20%.

Avec un pack de distribution, le prix minimum indiqué par LULU devient nettement supérieur car il inclut la marge distributeur (pour un montant identique au coût de fabrication). A vous ensuite de déterminer ce que vous souhaiter gagner par livre, sachant que LULU conserve, là encore, 20% de la marge. A l'évidence, le prix de vente sera le même sur LULU que chez le distributeur, mais vous gagnerez beaucoup plus sur les ventes directes de LULU que sur celles du distributeur. Votre marketing personnel devrait donc favoriser les ventes par ce canal.

6c) Prix remisé

Vous pouvez promouvoir votre ouvrage en faisant une remise sur le prix officiel (voir « mon lulu », lien « promouvoir » du projet concerné).

Cette remise reste limitée à LULU et n'est pas répercutée aux distributeurs externes qui gèrent leur propre politique de remise.

6d) Frais de port

Contrairement à Amazon, LULU facture des frais de port aux acheteurs.

Il n'est pas possible pour l'auteur de les prendre en charge, sauf indirectement en mettant son livre en promotion avec un rabais qui les compense (attention aux limitations légales selon les pays !), ou en vendant par son propre site Internet ou via un autre site (comme la Market Place de Fnac.com ou d'Amazon, cf II-5d) pour encaisser le prix normal et passer soi-même sur LULU une commande à faire livrer à l'adresse de l'acheteur (comme dans la plupart des sites de vente par Internet, adresse de facturation et adresse de livraison d'une commande sont distinctes).

7) Spécificités des livres électroniques

Les e-books sont des fichiers numériques au format PDF ou ePub.

7a) Créer un livre numérique PDF

Le PDF est un format à pages fixes, et il ne sera distribuable que sur LULU, sans possibilité d'opter pour une distribution externe.

Pour créer un e-book au format PDF, c'est comme pour générer le fichier du corpus d'un livre (cf. II-2), les problèmes de pages blanches en moins : soit vous fournissez vous-même votre fichier PDF, soit vous utilisez l'automate de LULU à partir d'un fichier doc, docx, rtf ou txt.

Si cet e-book est la version électronique d'un livre papier, il est possible de le commencer par la 1ère de couverture, voire aussi la 4ème de couverture en deuxième page. Mais ce n'est pas une obligation et vous êtes libre d'embrayer directement sur la page de titre de l'ouvrage, surtout s'il n'y a pas de version papier avec couverture. Dans tous les cas, lors de la création du projet, l'assistant de publication LULU vous proposera spontanément de créer une 1ère de couverture qui ne sera pas incluse au fichier mais servira d'image marketing pour la fiche produit.

Attention ! L'automate LULU de génération de PDF écrase les hyperliens d'une éventuelle table des matières et de possibles URL Ca n'a pas d'impact pour un corpus de

libre papier, mais ça peut clairement appauvrir votre e-book (imaginez ce guide sans tous les hyperliens qu'il contient !). Son produit est donc très comparable au fichier que vous produiriez vous-mêmes avec un CutePDF par exemple, le contrôle de la mise en page en moins. En générant votre PDF vous-mêmes avec par exemple Adobe Acrobat X (payant) ou Open Office (gratuit), vous conserverez les hyperliens, et rendrez ainsi aussi disponible sur le côté gauche, et à condition d'avoir correctement structuré vos titres de chapitre, la fonction de navigation par signets servant de table des matières et rendant celle-ci superflue (à paramétrer lors de la génération dans Open Office pour que ça s'affiche par défaut : fichier / exporter au format PDF / onglet vue initiale, cochez « repères de texte et page » ; ou à afficher dans Acrobat s'il n'y est pas : affichage / panneaux de navigation / signets).

7b) Créer un livre numérique ePub

Le ePub est un format à texte coulant, sans pages fixes, spécificité à prendre en compte si vous voulez y proposer une BD ou un ouvrage avec images et photo, tout en sachant que si certaines liseuses sont en couleur, d'autres ne le sont pas. Seul le format ePub est éligible à une distribution externe (cf. II-7c).

Vous pouvez le créer vous-même avec des outils libres (comme calibre ou Open Office et une de ses extensions ePub), ou le générer avec l'automate de LULU. Celui-ci n'accepte que les fichiers de traitement de texte en format doc, docx, ou rtf. Il modifiera automatiquement certains éléments de votre mise en page puisqu'il ne se soucie justement pas des pages :

- plusieurs sauts de ligne sont considérés comme un seul (sauf à ce que vous n'y mettiez un caractère blanc !) ;
- les sauts de page sont ignorés, mais automatiques à chaque nouveau chapitre ;
- caractères spéciaux et polices non-standards doivent être surveillés de près (cf. II-1c) ;
- une tabulation ne compte même pas comme un blanc (les caractères seront collés l'un à l'autre) ;
- entêtes et pieds de page seront supprimés, une pagination propre au format ePub sera insérée automatiquement ;
- si vous souhaitez inclure une table des matières afin de présenter synthétiquement les différents chapitres, n'y mettez pas les numéros de page et modifiez-en le style en texte normal pour éviter qu'elle n'apparaisse en bleu souligné. L'automate générera de toute façon sa propre table des matières (fichier NCX) appropriée à la structure de vos chapitres pour la navigation dans le livre électronique (attention donc à bien utiliser les styles titre 1, titre 2 et titre 3 - maximum 3 niveaux).
- la première ligne de votre fichier devra impérativement être le titre en format « titre 1 », sous peine de générer une erreur dans le fichier d'index NCX et le rejet de votre e-book.

Lors de la création du projet, l'assistant de publication LULU vous proposera spontanément de créer une couverture qui servira aussi d'image marketing pour la fiche produit. Si cet e-book est la version électronique d'un livre papier, c'est le moment d'en reprendre la 1ère de couverture, idéalement en 792x612. Et il peut sembler tentant d'inclure à votre corpus aussi le texte de présentation de la 4ème de couverture, mais alors forcément après la page de titre puisque celui-ci doit impérativement commencer l'ouvrage.

Pour contrôler votre fichier, vous devrez utiliser un logiciel de lecture de ePub sur votre ordinateur comme Calibre, Firefox (et son extension ePUBReader) ou Adobe Digital Editions (gratuit également, il suffit de créer un compte pour avoir une ID Adobe), ou une liseuse électronique.

7c) Pack distribution pour les e-books

L'option de distribution pour e-book (format ePub uniquement, avec ISBN), concerne uniquement l'AppStore d'Apple et le Nook de Barnes & Noble. Prenez connaissance des conditions d'Apple et des pays couverts.

Comme pour les livres imprimés, il faut être attentif à respecter les diverses exigences pour la distribution de e-books, et notamment le fait qu'à ce jour ne sont acceptés que les e-

books en anglais ou en français. **Attention !** Les règles de forme sont strictes et les défauts rédhibitoires, comme pour les métadonnées, ou encore l'usage des majuscules dans le titre (majuscule en première lettre, et uniquement minuscules ensuite, sauf nom propre, chiffres romains, etc…). Si une non-conformité quelconque est remarquée, votre e-book sera rejeté et un e-mail vous invitera à réviser votre projet pour rectifier le tir. Vous constaterez à cette occasion à quel point les contrôleurs de LULU peuvent se montrer pinailleurs, voire butés, au point de vous obliger à modifier des points pourtant justifiés (par exemple : la personnification d'un nom commun dans le titre par une majuscule est une subtilité à laquelle LULU se montre totalement hermétique) ou simplement habituels dans l'édition (par exemple : ne notez pas la mention « roman » ou « essai » sur votre couverture ou ils considéreront, incroyable mais vrai, que c'est un sous-titre qui n'a pas été inclus dans les métadonnées !),.

Une fois accepté, votre e-book mettra quelques semaines à apparaître dans l'Appstore et le Nook. Si par la suite vous en effectuez une révision, ce même délai peut être nécessaire avant que la modification ne soit répercutée.

Astuce : Si vous souhaitez être présent également sur Amazon pour ses Kindle, vous devrez vous y référencer par vous-mêmes hors des circuits LULU. Si vous avez opté pour un ISBN LULU, vous devrez alors faire une seconde version de votre e-book avec un ISBN perso. Mais vous pourrez alors rentabiliser ces efforts en vous référençant aussi sur Fnac.com pour ses liseuses Kobo.

Attention ! Tirons un coup de chapeau au passage au Project Guttenberg, qui gère l'adresse de domaine iBookstore.com, et qui vise à constituer une bibliothèque de livres électroniques libres de droits, favorisant donc le développement des liseuses et l'accès gratuit à la culture. L'iBookstore dont il est question dans le pack de distribution n'est pas celui-là mais l'AppStore d'Apple accessible par l'application iBooks de iTunes, abusivement appelé iBookstore sur LULU.

7d) Prix des e-books

Pour les PDF et les ePub vendus sur LULU, votre revenu correspond au prix HT du livre sous déduction 0.76 € de coût de base et de 10% de commission LULU. C'est pourquoi l'assistant propose un coût minimal de 0.76 € FT. Il vous est toutefois possible d'outrepasser ce minimum en mettant simplement le prix à 0 si la gratuité est votre souhait.

Pour les livres en ePub vendus sur l'AppStore, Apple conserve 30% du montant HT des ventes, puis LULU 10% de la marge (contre 20% pour les livres imprimés). Il vous revient donc 63% du prix HT. Le Nook de Barnes & Noble applique les mêmes taux.

Attention ! LULU propose un calculateur de prix de détail pour e-book mais dont les données semblent incohérentes avec ce qui est indiqué lors de la création d'un e-book.

7e) DRM sur les e-books

DRM signifie Digital Right Management. C'est le verrouillage numérique d'un e-book pour protéger les droits d'auteur. En théorie, les DRM peuvent verrouiller un e-book ePub de plusieurs façons : type de liseuses, nombre de téléchargements, blocage d'impression, etc. Mais en pratique, ces restrictions causent fréquemment des soucis aux utilisateurs, notamment en limitant la compatibilité avec certaines liseuses, ce qui risque donc de restreindre aussi les débouchés de votre e-book. A manier avec parcimonie donc.

L'assistant de création de LULU vous proposera de choisir de verrouiller ou non les DRM de votre e-book. Le verrouiller coûte 0.20 € par téléchargement alors que laisser les acheteurs libres de le partager n'engendre aucun surcoût.

Il est d'ailleurs probable que pour lire sur un PC un e-book verrouillé par des DRM vous deviez recourir à Adobe Digital Editions qui sait les gérer, contrairement à d'autres solutions gratuites.

8) Les revenus

Le paiement des revenus peut se faire de deux façons différentes : la bonne et la mauvaise. A vous de deviner laquelle est la quelle selon votre situation.

8a) Paiement par chèque en USD

L'option par défaut est que vos revenus vous soient payés par chèque en Dollar US payable aux Etats-Unis. Le paiement se fait environ 45 jours après la fin du trimestre si un minimum de $20 est atteint. Cela implique, pour des non-résidents américains, des commissions de banques conséquentes pour le change et l'encaissement de chèque sur l'étranger.

Attention ! Il va de soi que si vous êtes libre d'utiliser un nom de plume pour signer vos livres, les informations de paiement fournies devront correspondre à votre véritable état civil, au risque d'avoir des problèmes pour encaisser un chèque qui serait établi à votre nom de plume… (cf. II-1a)

8b) Paiement sur compte Paypal

Sauf à résider aux USA, mieux vaut donc, et de loin, vous ouvrir un compte Paypal qui vous coûtera au maximum 3.4% (+0.25€ par transaction) des revenus qui y seront versés. Les versements peuvent alors être en US Dollar, en Livre Sterling ou en Euro. Si votre monnaie nationale est différente, le taux de change Paypal sera plus avantageux que ce que proposent la plupart des banques à leur clientèle de particuliers (pour les financiers : le « spread » est plus restreint). En optant pour ce mode de paiement de vos revenus, ceux-ci vous seront versés régulièrement à la fin du mois suivant et sous réserve qu'un minimum de $5 à verser ait été atteint.

Une fois sur votre compte Paypal, ces revenus pourront soit être utilisés pour des achats sur des sites proposant un paiement Paypal, soit simplement virés (sans frais, du moins dans l'Union Européenne) sur le compte bancaire que vous aurez indiqué.

La procédure d'ouverture d'un compte Paypal se fait en plusieurs étapes et demande plusieurs jours (cf. Annexe 3). Ca peut sembler un peu fastidieux sur le moment, mais ça se fait bien, et ensuite on ne regrette pas de l'avoir fait.

Attention ! Paypal a mauvaise réputation en matière de sécurité parce que c'est un moyen de paiement et d'encaissement très répandu de par le monde, donc cible de nombreuses tentatives de fraude… c'est la rançon de la gloire. Mais ne se font prendre que les gens peu vigilants. Par exemple, suite à une connexion à mon compte Paypal pour me virer des paiements reçus, j'ai reçu quelques heures plus tard (les connexions à leur site doivent être épiées d'une façon ou d'une autre) un mail ressemblant en tout point à un mail Paypal et m'informant qu'une connexion suspecte avait été enregistrée sur mon compte, qu'il avait donc été mis en accès restreint et que pour le débloquer je devais remplir le formulaire joint au mail et le soumettre en cliquant sur terminer (c'était une page html demandant plein d'informations indiscrètes). Jamais aucun site financier ne procédera de la sorte, jamais ils ne vous demanderont hors connexion sécurisée (= le s de https dans la barre d'adresse plus le petit cadenas en bas à droite de votre fenêtre de navigateur) de fournir des informations vous concernant. Alors quand en plus vous prenez la peine de vérifier l'adresse d'expédition du mail et que vous constatez qu'il ne provient pas du domaine @paypal.com, alors là, il n'y a pas à hésiter : n'ouvrez pas le formulaire, faites suivre le mail à l'adresse spoof@paypal.fr dédiée à recueillir les mails frauduleux, et supprimez le mail de votre ordinateur (donc aussi du dossier courriels supprimés).

8c) Changer d'option de paiement

Vous pouvez à tout moment changer votre préférence de paiement dans les paramètres de votre compte (« mon Lulu », rubrique « mon compte » dans la colonne de gauche, « modifier mes paramètres de paiement »). Vous pouvez donc lancer votre projet en laissant l'option par défaut du paiement par chèque, pour passer à un paiement Paypal une fois que vous aurez validé l'ouverture de votre compte.

9) Fiscalité US des non-résidents

La fiscalité américaine prévoit que les royalties obtenues par des **non-résidents** à l'occasion de ventes aux Etats-Unis sont taxées forfaitairement au taux de 30%. Les lulus qui n'habitent pas aux USA et qui ne veulent pas voir amputer les revenus de leurs éventuelles ventes aux USA doivent :

- obtenir un numéro ITIN (Individual Tax Identification Number) avec un pays fiscal de rattachement auprès de l'IRS en lui soumettant un formulaire W-7 accompagné de la lettre de demande d'ITIN de LULU (cf. Annexe 1) ;

- puis une fois reçu, soumettre à LULU un formulaire W-8BEN à l'adresse « Royalties Support - Lulu Press, Inc. - 3101 Hillsborough Street - Raleigh, NC 27607 - USA ». Le taux de prélèvement à la source appliqué sur les royalties ne sera alors plus 30%, mais celui prévu par la convention fiscale signée avec votre pays. Si ce sujet n'est pas traité dans le chapitre III relatif à votre pays, vous pouvez chercher s'il existe un accord fiscal entre les USA et votre pays.

Si vous êtes un **résident** des USA, vous devrez soumettre à LULU (adresse susmentionnée) un formulaire W9 attestant de votre TIN (Taxpayer Identifiation Number) afin qu'aucun prélèvement à la source ne vous soit appliqué.

Est considéré comme royalties la totalité du revenu créateur si vous avez un ISBN LULU, mais une partie seulement (mais laquelle ?) si vous avez votre propre ISBN ou pas d'ISBN.

10) Outils marketing

LULU propose quelques timides outils marketing sur le site.

Par exemple, il est possible d'avoir une page « **focus sur l'auteur** » permettant à l'auteur de se présenter (accessible sur la page « mon Lulu », par le lien sur la gauche). Un auteur ayant plusieurs livres à son actif pourra s'y constituer une **vitrine** pour présenter son travail de façon plus globale.

Attention ! Le focus sur l'auteur sera au nom de votre profil LULU. Si vous avez créé votre compte LULU à votre vrai nom mais écrivez sous un nom de plume, ça risque d'égarer le badaud en plus de griller l'anonymat recherché.

11) Obtenir de l'aide

LULU est clairement un site où il faut être un peu débrouillard. Mais l'info existe. Donnez-vous la peine de chercher un peu dans ce guide, où beaucoup de questions trouvent réponse, ainsi que dans la rubrique « apprendre » de la luluthèque à l'aide du moteur de recherche.

Si vous ne trouvez pas la solution à votre problème, vous pouvez aussi solliciter les autres lulus via le forum de la rubrique « discuter » de la luluthèque. Mais donnez-vous la peine de regarder les précédents sujets et leurs réponses avant de vous précipiter à en mettre un qui l'a peut-être déjà été une foultitude de fois avant vous. Si on accuse facilement les vieux d'avoir tendance à radoter, les anciens lulus peuvent aussi se lasser de se répéter.

Et enfin, s'il s'agit d'un bug, d'un problème sur une commande ou quelque chose comme ça, alors adressez-vous au SAV. Le délai de réponse peut être assez variable selon le problème et la charge de travail du moment, mais le service client (généralement incarné par Véro pour les francophones) se montre aussi aimable que serviable.

2ème partie : SPECIFITES DES DIFFERENTS PAYS

III-A - Spécificités de la FRANCE

La législation française prévoit diverses dispositions applicables à l'édition et avec lesquelles LULU n'est pas nécessairement conforme. Il appartient donc à chaque auteur de se positionner en connaissance de cause, selon qu'il a ou pas délégué la fonction d'éditeur à LULU en optant ou pas pour son ISBN gratuit.

1) Forme juridique

Il n'est pas besoin de forme juridique spécifique pour être éditeur. Ce peut-être fait sous couvert d'une société commerciale ou d'une association, mais aussi en entreprise personnelle ou en auto-entrepreneur, voire en rien du tout comme c'est souvent le cas des auteurs autoédités. Le tout est de ne pas le faire « au noir ».

2) Dépôt légal

Le dépôt légal concerne, à quelques exceptions près, tout livre gratuit ou payant mis à disposition d'un public excédant le cercle familial en France et ne constituant pas un retirage à l'identique. Sont donc a priori concernés tous les livres mis sur LULU en « accès général », ainsi que ceux mis en « accès direct » (par lien) dès lors que ce lien figure dans un site web ou un blog ouvert au public.

Le fait de se soustraire volontairement à l'obligation de dépôt légal est punissable d'une amende ! Ouch… même si en pratique, les services de la BNF, qui connaissent eux aussi les restrictions budgétaires frappant toute administration, ont clairement autre chose à faire que de traquer l'auteur en herbe ayant négligé d'inscrire son chef-d'œuvre au patrimoine de la littérature française.

L'éditeur doit, pour les livres imprimés, effectuer le dépôt légal auprès de la BNF :

- en deux exemplaires si le tirage est d'au moins 300 exemplaires

- en un exemplaire si le tirage est inférieur à 300 exemplaires ou si c'est un livre importé à au moins 100 exemplaires.

Attention ! Par tirage, on entend impression liée à une seule et même commande, et non l'ensemble de toutes les réimpressions au cours de la vie de l'ouvrage. Les lulus sont donc quasi exclusivement dans le second cas du dépôt en un seul exemplaire ; mais si d'aventure quelqu'un passait une commande de 300 exemplaires ou plus, il devrait déposer en deux exemplaires.

Ce dépôt légal s'effectue auprès de la Bibliothèque Nationale de France en **franchise postale**, à l'aide du formulaire de dépôt.

L'imprimeur doit également effectuer un dépôt légal en un exemplaire auprès de la BDLI dont il dépend (Bibliothèque de dépôt Légal Imprimeur).

Cas particulier des **livres numériques** : les e-books ne demandent aucun dépôt à la BNF, la collecte s'effectuant par des robots directement sur les sites Internet.

Le principe d'une impression unitaire à la demande, par un imprimeur (généralement mais pas toujours) situé en France, pour le compte d'une société américaine et qui peut même en être l'éditeur officiel lorsqu'on choisit un ISBN LULU, pose donc problème vu que, ni comme éditeur ni comme imprimeur, LULU ne s'occupe de ces obligations légales, l'automatisation ne se préoccupant pas de déterminer pour chaque cas si le dépôt est

nécessaire ou pas. La logique suggère que les auteurs fournissant leur propre ISBN ou s'en dispensant doivent assumer les obligations de dépôt de l'éditeur, tandis que ceux qui délèguent à LULU le rôle officiel d'éditeur en optant pour un de ses ISBN puissent s'en dispenser. Dans tous les cas, le dépôt imprimeur n'est pas notre problème.

3) ISBN

La législation française a-t-elle rendu l'ISBN obligatoire pour les livres ou n'est-ce qu'une simple nécessité de référencement commercial ? Certains disent que non, d'autres disent que oui mais avec tolérance d'absence pour les diffusions inférieures à 100 exemplaires. Donc… en attendant une confirmation fiable légalement, faites comme vous l'entendez.

4) Mentions légales

Si la plupart des obligations sont liées aux contraintes de la distribution, la loi en impose tout de même certaines. D'ailleurs, les avis varient sur ce qui est réellement obligatoire tant ce qui est dit et ce qui est pratiqué même par les grands éditeurs officiels peut différer. De plus, il semblerait que ces mentions ne soient pas obligatoires pour les livres importés. Or nous ne savons jamais clairement où l'imprimeur qu'est LULU sous-traite ses travaux à façon, et donc si c'est importé ou pas. Ces mentions obligatoires sont donc à considérer avec un certain recul et selon le discernement de chacun.

Sont donc « en théorie » obligatoires les mentions suivantes :

- nom et adresse de l'éditeur : en pratique même les grands éditeurs ne précisent pas forcément leur adresse, et il serait abusif qu'un auteur autoédité soit obligé de mettre son adresse personnelle. Si vous avez opté pour l'ISBN LULU, l'éditeur est Lulu.com et son adresse www.lulu.com, ou éventuellement son adresse aux USA (cf. I-1). Dans le cas contraire (ISBN perso ou pas d'ISBN), vous êtes l'éditeur et mettre la mention « auteur autoédité » me paraîtrait peu porteur commercialement. A vous de voir.
- ISBN sur la page de copyright et sur la 4ème de couverture : oui, certes… lorsqu'il y en a un.
- le prix de vente en Euros sur la $4ème^{e}$ de couverture (généralement près du code barre) : ce qui pose forcément problème en cas de variation du taux de TVA ainsi que ce fut le cas récemment.
- la mention « dépôt légal » suivie du mois et de l'année du dépôt à la BNF : du moins pour les cas où le dépôt légal est obligatoire.
- nom et adresse de l'imprimeur, avec pays d'impression si c'est à l'étranger.
- date de l'achèvement du tirage.

Ces deux dernières mentions concernant l'imprimeur et la date d'impression, à mettre en fin d'ouvrage (en avant-dernière page, puisque les contraintes de distribution imposent que la dernière soit vierge), posent clairement problème pour les lulus. D'un côté l'imprimeur à qui LULU sous-traite une impression peut varier selon ses accords du moment ou l'évolution de leur capacité à traiter certains formats ou qualité de papier (cf. II-1g), et de l'autre, chaque livre étant confectionné pour une commande donnée, il est impossible d'inclure la date de tirage dans le texte.

Face à cette impossibilité de satisfaire à la loi, le bon sens suggère aux lulus d'utiliser la mention : « **imprimé à la demande par www.lulu.com** ». Libre à chacun de rajouter l'adresse de LULU aux USA, mais ça parait superflu. Le but de cette ancienne législation était de pouvoir retracer, pour les besoins de censure et d'interdiction diverses, le lieu d'impression d'un ouvrage, la date ne servant qu'à identifier un tirage spécifique de l'œuvre. En indiquant lulu.com comme imprimeur, nous répondons à cette préoccupation de l'Etat, mais devons rendre les armes sur la question de la date pour laquelle nous ne pouvons rien.

Une fois de plus, de vieilles lois se retrouvent mises à mal par les nouvelles technologies et il faut avoir à cœur de répondre à l'esprit de la loi à défaut de pouvoir en satisfaire la lettre.

5) Distribution externe

La base de données de référence des professionnels du livre français est Electre. Elle n'est pas accessible par les options de distribution proposées par LULU. Un jour peut-être… En pratique, il est difficile d'y référencer soi-même ses œuvres en tant qu'éditeur (donc en utilisant son propre ISBN et non celui de LULU), bien que certains auteurs autoédités y parviennent en justifiant d'un tirage important (ou de beaucoup de ventes chez LULU) et d'articles de presse parlant de leur livre.

Sinon, il y a aussi le FEL (Fichier Exhaustif du Livre) géré par Dilicom, où l'inscription des auteurs autoédités via leur partenaire Cyber-Scribe est gratuite, contrairement au le traitement subséquent des commandes de libraires.

De toute façon, ce référencement n'amène pas plus de vente spontanée que les packs distribution de LULU, communication et démarche commerciale de l'auteur demeurant essentielles. Et si vous franchissez le pas en direct, bien sûr, une commande c'est chouette, mais attention aux éventuels retours… (cf. I-6).

En pratique, les distributeurs-diffuseurs professionnels sont inaccessibles aux auteurs autoédités que sont les lulus, faute de volumes suffisants (cf. IIIA-10a). Le Syndicat National de l'Edition (SNE) a toutefois promu une structure de distribution dédiée aux petites maisons d'édition : Calibre. Mais, encore une fois, ne confondez pas distribution et diffusion… (cf. I-6)

6) Droit d'auteur vs copyright

Le droit français (voir aussi Annexe 4) est basé sur la notion de « droit d'auteur » qui existe « du seul fait de la création de l'œuvre ». Celui-ci est inaliénable, bien que puisse se poser le problème de la preuve… Le droit anglo-saxon est basé sur la notion de « copyright » qui est attaché à l'œuvre elle-même. Une fois cédé, il n'est plus à vous. LULU, en société américaine, vous propose donc un contrat de copyright qui lui permet de proposer votre œuvre sur son site. Cela ne vous prive aucunement de votre droit d'auteur, et ce d'autant moins que le contrat LULU n'est pas du tout léonin et vous permet d'y mettre fin et de retirer votre livre quand bon vous semble.

Si vous êtes soucieux d'assurer la protection de votre œuvre, vous pouvez recourir aux services de dépôt de la SGDL (Société des Gens de Lettres) qui permettra d'assurer une date d'antériorité à votre ouvrage en cas de recours légal pour plagiat ou autre. A avril 2012, ce service coûte 45€ pour 4 ans (renouvelables). Divers sites Internet se sont développés aussi pour proposer ce service qu'il est possible de trouver autour de 10€. Mais ce n'est évidemment éventuellement utile que pour les lulus ne procédant pas au dépôt légal à la BNF.

D'une façon générale, les droits d'auteur sont gérés en France par la SCAM (Société Civile des Auteurs Multimédia).

7) Loi Lang sur le prix unique du livre

La loi Lang de 1981, dans un souci de préservation des petites librairies face à la montée en puissance des grands points de vente (grands magasins type FNAC, Virgin ou Cultura, ou encore rayons livres des grandes surfaces), a prévu le prix unique du livre, fixé par l'éditeur, et applicable à tous les distributeurs du territoire français, magasins comme vendeur à distance, avec une autorisation de remise maximale de 5%. Nous parlons ici, bien évidemment :

- du prix au détail, et non du prix de gros applicable à un libraire qui bénéficie, lui, d'une remise conséquente… faut bien qu'il (sur)vive (cf. IIIA-10b),

- du prix TTC, pas du prix HT affiché sur LULU,

- du prix hors frais de port qui sont hors du cadre de la loi et peuvent être offerts comme le fait Amazon et d'autres.

LULU, société américaine, ne respecte pas cette loi et propose couramment des remises dépassant largement les 5% légaux, par le biais de promotions ponctuelles mais régulières pouvant parfois atteindre 20% (cf. II-6a). C'est clairement légal quand vous achetez vos propres ouvrages, ainsi que pour les acheteurs étrangers de vos livres, mais pas quand vous achetez les livres d'autres auteurs, ou que des acheteurs français achètent les vôtres. Or LULU ne se soucie pas de ces nuances, ces remises s'appliquant globalement à toute commande de tout client.

Mais il faut laisser à LULU ses propres responsabilités et assumer les nôtres. Pour les lulus, se posent donc essentiellement deux cas, bien qu'avec diverses nuances :

- si vous avez souscrit un pack de distribution, ou que vous démarchez les libraires pour qu'ils distribuent vos ouvrages, vous êtes soumis à la loi Lang et donc à l'obligation de limiter à 5% la remise pratiquée sur vos éventuelles ventes en direct (site Internet perso, référencement sites marchands, salons du livre, foires, marchés, etc.), pour ne pas leur faire de concurrence déloyale. Quant au prix remisé que vous pouvez définir pour les ventes sur LULU (II-6c), d'un côté vous ne savez pas à l'avance si les acheteurs habitent en France ou à l'étranger, et de l'autre, une forte remise peut-être considérée comme une compensation des frais de port plutôt que comme une guerre des prix. Mais une telle position resterait délicate vis-à-vis de libraires acceptant de mettre vos ouvrages en rayon…

- si votre livre n'est distribué que sur LULU et éventuellement par vous-mêmes, vous ne faites de concurrence à personne et êtes donc beaucoup plus libre de faire varier prix et niveau de remise selon votre humeur. C'est particulièrement vrai si vous avez opté pour un ISBN LULU qui lui délègue le rôle officiel d'éditeur étranger et dégage donc votre responsabilité au regard de la loi française (partiellement au moins), ou si vous n'en avez pas et n'êtes donc pas référencé dans les bases de données des professionnels du livre. **Attention !** Si vous avez obtempéré à l'obligation de mentionner le prix sur la couverture, pensez à le modifier en cas de modification de celui-ci.

Bref, comme souvent, à défaut que la lettre de la loi ait pensé à tous les cas particuliers, il faut s'efforcer de trouver le juste compromis qui en respecte l'esprit.

A noter que l'activité des soldeurs de livre est réglementée également : le livre doit être paru depuis plus de 2 ans et être en stock sans réassort depuis au moins 6 mois pour que le prix de vente en devienne libre. Quant au bouquiniste, leur activité ne s'applique qu'aux livres d'occasion ou aux livres soldés dans les conditions susmentionnées.

8) TVA sur les ventes

Le taux de TVA applicable aux livres en France est le taux réduit, passé de 5.5 à 7% le 1er avril 2012, et revenu à 5.5% le 1er août 2012.

Les frais de port en revanche sont taxés au taux normal de 19.6%.

Ces taux sont à rajouter aux tarifs HT affichés sur le site.

9) Fiscalité des revenus

9a) Imposition française

Les « revenus de créateur » versés par LULU correspondent, tout comme les droits d'auteur, à la catégorie fiscale des « revenus de la production littéraire » relevant des **bénéfices non commerciaux**. Mais comme d'habitude, le cas LULU se trouve au croisement de plusieurs dispositions du CGI, ce qui vous ouvre 4 possibilités :

Régime spécial : Le CGI prévoit que les droits d'auteur perçu par un écrivain ne peuvent être soumis au régime des traitements et salaires que s'ils sont intégralement déclarés par le tiers qui les verse (typiquement l'éditeur, mais pas forcément). Toutefois, l'administration admet que les droits d'auteur de source étrangère puissent bénéficier du régime spécial. En pareils cas, le régime spécial s'applique automatiquement. Il permet d'appliquer aux droits d'auteur les règles de l'impôt sur le revenu applicables aux traitements et salaires, donc avec déduction forfaitaire de 10% ou frais réels. Ces revenus devront toutefois être soumis aux cotisations sociales (voir IIIA-9c).

Dans la mesure où les revenus de créateur versés par LULU ont les mêmes caractéristiques que des droits d'auteur, et que c'est une société étrangère qui les verse nets de TVA, il est tout à fait logique de pouvoir se placer sous ce régime spécial.

Si vous ne le souhaitez pas, vous pouvez soit considérer que les revenus de créateur ne sont pas assimilables à des droits d'auteur pour que le régime spécial ne s'applique pas, soit opter pour le régime de droit commun des BNC. Une telle option est valable irrévocablement pour l'année civile concernée plus les deux années suivantes, et doit être renouvelée à cette échéance. En étant au régime de droit commun, 2 possibilités se présentent :

Régime Micro : Si vos revenus n'excèdent pas un plafond (d'un peu plus de 32'000 €, réajusté tous les ans) et que vous êtes en franchise de TVA (vaut mieux avec le système LULU), vous pouvez opter pour le régime Micro. Vous serez alors soit imposé sur la base d'un bénéfice forfaitaire égal à 66% de vos revenus de l'année civile, soit sur la base du micro-fiscal avec prélèvement libératoire comme les auto-entrepreneurs. Il est toutefois possible, même en étant en dessous du plafond, d'opter pour le régime normal de la déclaration contrôlée.

Régime de la déclaration contrôlée : Si vous avez opté pour le régime de droit commun et dépassez le plafond du régime Micro, vous êtes obligatoirement sous le régime de la déclaration contrôlée. Votre bénéfice imposable sera alors égal à vos revenus sous déduction de vos frais et charges déductibles. La déclaration se fera pour l'année civile au moyen de l'imprimé 2035 disponible dans votre centre des impôts. Vous devrez pouvoir justifier de tous vos frais et en tenir la comptabilité au minimum au moyen d'un journal de trésorerie (ce n'est pas une comptabilité « d'engagement » mais de recettes-dépenses sans gestion de stock).

Sous ce régime de la déclaration contrôlée, il est possible d'opter pour être imposé sur la moyenne des revenus de l'année en cours et des 2 précédentes, ou de l'année en cours et des 4 précédentes. Cette option peut être prise même s'il n'y a pas de revenus les années antérieures. La période de lissage de 3 ou 5 ans doit être mentionnée expressément au moment de l'option. Cette option est révocable à tout moment, avec application alors d'une période transitoire pour taxer la fraction de bénéfice non encore taxée. Il est clair que si vous achetez vous-même vos livres pour les revendre à des libraires, salon, etc., plutôt que de simplement encaisser des revenus de LULU, cette option qui permet de lisser les dépenses d'achat de stock est très adaptée.

Autre solution : Certains font passer leurs revenus de créateur par une structure juridique quelconque dont ils disposent (association, entreprise, voire auto-entrepreneur). C'est évidemment aussi une possibilité. S'appliquent alors les règles de la structure en question (BIC pour une entreprise, rien pour une association, ou prélèvement libératoire en auto-entreprise).

A noter que les **prix littéraires** ne sont pas imposables ! Y'a plus qu'à… ☺

9b) Imposition US

Comme expliqué en II-9, les résidents français qui réalisent des ventes aux USA et ont obtenu un numéro ITIN puis correctement rempli le formulaire W-8BEN prévu verront le taux de retenue à la source du fisc américain passer de 30 à 0%. La convention fiscale de 1994, révisée en 2009, entre les USA et la France, prévoit que les royalties ne sont taxées que dans le pays de résidence, la France donc en ce qui concerne les lulus français (cf chapitre 3 de la convention).

9c) Cotisations sociales

Si vous avez opté fiscalement pour le **régime spécial des droits d'auteur** (cf. IIIA-9a), ceux-ci doivent normalement être soumis à cotisations sociales auprès de l'AGESSA (6.9% + CSG et RDS à charge de l'auteur + 1% à charge de l'éditeur). En temps normal, c'est l'éditeur qui s'occupe de prélever ces cotisations sur les droits d'auteur reversés. Mais avec ou sans statut d'éditeur, LULU ne s'occupera de rien à ce niveau. Il vous appartiendrait donc de le faire spontanément, sauf que, selon certaines sources non officielles, l'AGESSA n'accepterait pas de couvrir les auteurs autoédités… Mais si ce n'est lui, c'est donc son frère, en l'occurrence l'URSSAF, à qui devront alors être reversées au minimum CSG et RDS.

Si vous optez pour le **régime Micro**, vous pouvez bénéficier du prélèvement libératoire du régime micro-social, comme pour les auto-entrepreneurs.

Au régime de la **déclaration contrôlée**, vous n'échappez pas non plus aux CSG et CRDS.

Et enfin, si vous faites passer vos revenus dans une structure autre, société commerciale ou association, les règles propres à ces structures s'appliquent.

10) Le marché du livre français

10a) La filière du livre en France

Pour ceux qui souhaiteraient approfondir leur connaissance de ce chapitre, vous pouvez utilement vous intéresser à la bible de ce sujet : « traité pratique d'édition » de Philippe Schuwer (préférez les éditions les plus récentes pour être aussi à jour que possible).

Au chapitre sur les métiers du livre (cf. I-6), on peut rajouter pour la France les précisions suivantes :

Pour les auteurs anonymes soumettant un ouvrage à un éditeur, les délais de réponse varient de 1 à 4 mois. Rares sont ceux acceptant les fichiers informatiques, la plupart demandent un exemplaire papier, généralement un tapuscrit, bien que certains acceptent encore des manuscrits (donc écrit à la main). Sont typiquement lues les 3 premières pages, 3 du milieu et les 3 dernières avant que soit rejetée la majorité des œuvres proposées (rendant donc particulièrement idiote, économiquement autant qu'écologiquement, l'exigence d'un exemplaire papier !). Si l'œuvre passe ce premier stade, la lecture ira plus en profondeur avant que ne tombe un verdict. Un éditeur comme Albin Michel qui reçoit quelque 500 tapuscrits par mois n'en retient que 5, soit 1%. Beaucoup d'appelés mais peu d'élus…

Il est à noter que les clubs de lecture (France Loisirs, Reader's Digest…) peuvent représenter un débouché important pour divers ouvrages. La loi française n'autorise toutefois la sortie d'un livre en club de lecture que 9 mois au plus tôt après sa sortie en librairie. Pour un lulu, cette disposition sera à traduire par 9 mois au plus tôt après la souscription d'un pack de distribution. Toutefois, attention là aussi aux illusions : les clubs de lecture ne sont pas des découvreurs de talents et se tournent quasi exclusivement vers les livres à succès, qu'ils aient fait leurs preuves sur le marché français ou à l'étranger. S'y faire admettre en tant qu'auteur autoédité relève de la gageure. Mais dans l'absolu… rien n'est impossible.

10b) quelques données chiffrées

Il y a, en France, environ 25'000 points de ventes de livres, mais seulement 10% de ceux-ci qui le font à titre d'activité principale ou significative. Les 1.000 principaux représentent plus des deux-tiers du chiffre d'affaires des éditeurs et constituent ce que les diffuseurs appellent « le premier niveau ».

Il se publie annuellement plus de 60'000 nouveaux titres (64'000 en 2011), dont les ventes moyennes, tout style confondu, oscillent entre 8 et 9'000 exemplaires par livre. Le tirage moyen d'un nouveau livre était de 7'937 exemplaires en 2011. Toutefois il s'agit de

moyenne, et le marché de l'édition diffère considérablement d'un genre de littérature à l'autre… ou d'un auteur à l'autre.

Les droits d'auteur sont typiquement de 8 à 10% pour un auteur débutant inconnu, 10 à 12% pour un auteur confirmé, 15% pour un auteur à succès, voire jusqu'à 20% pour des cas exceptionnels. Certains contrats prévoient des droits progressifs en fonction du succès de l'ouvrage, préservant donc au mieux les intérêts et de l'éditeur et de l'auteur.

Voici la décomposition moyenne du coût d'un livre imprimé :

	source SNE (2000)	source DLL
auteur	8.50%	8 à 12%
fabrication	16.50%	15 à 19%
éditeur (y.c. promotion)	20%	11 à 20%
diffusion	7%	6 à 10%
distribution	11%	11 à 14%
libraires	37%	25 à 38%

Le point mort d'un livre (ni perte ni gain) se situe généralement entre 2 et 5'000 exemplaires vendus, bien que le développement de la technologie d'impression numérique permette de tirer progressivement ce seuil vers le bas.

Tout l'enjeu des e-books pour les éditeurs est évidemment d'économiser les frais de fabrication, distribution et de diffusion, ce qui change considérablement le modèle économique du marché du livre et en réduit drastiquement le point mort, permettant alors à l'éditeur de prendre bien davantage de risques dans les œuvres qu'il accepte.

10c) la communication et la notoriété

Le succès d'un livre doit bien plus à la notoriété de l'auteur et à la communication qu'à sa qualité, même si de toute évidence ça aide. Il est donc impossible d'estimer avec quelque sérieux que ce soit les ventes futures d'un livre écrit par un auteur inconnu, la notoriété et le travail promotionnel de l'éditeur devenant alors primordiaux : dossiers presses avec exemplaire gratuit aux journalistes pour qu'on en parle dans les média, émissions littéraires à la radio ou à la télé, salons du livre, affiches dans les kiosques, voire campagne de pub dans les journaux, etc. Un livre ou un auteur dont on parle peut voir les ventes décoller de façon stupéfiante et dépasser les cent mille exemplaires, voire les millions comme lorsqu'un phénomène ado s'empare de l'affaire, alors que s'il reste dans l'anonymat quelques centaines de ventes à peine sont monnaie courante.

C'est l'enjeu des prix littéraires, trustés par les grandes maisons d'édition parisiennes qui se les attribuent à tour de rôle et garantissent un minimum de notoriété et de vente à un livre. Le Goncourt est une garantie d'au moins 100'000 ventes, seuil à partir duquel on parle généralement de « best-seller ».

Pour nous, les lulus, soyons conscients que les média demeurent très réservés vis-à-vis des auteurs autoédités qu'ils taguent de l'a priori d'avoir été refusés par les maisons d'édition professionnelles, donc de n'avoir pas franchi l'épreuve du feu qu'est un comité de lecture, donc de ne pas être bons. Il n'est qu'à voir certaines inepties qui trouvent un éditeur tandis que des œuvres de qualité demeurent hors des librairies pour comprendre à quel point cet a priori est faux. Mais c'est ainsi, et c'est en partie grâce à ces éditeurs qui préfèrent traduire des succès étrangers que de se donner la peine de détecter et promouvoir les talents nationaux qu'on a vu le TIME magazine publier sa page de couverture de novembre 2007 sur le thème de « la mort de la culture française ». Toujours est-il qu'un communiqué de presse, qu'il soit sur un site gratuit ou payant, a peu de chance de recueillir quelque écho que ce soit dans les média. Sauf à se travestir en structure d'édition professionnelle pour tenter de donner le change… et encore. A chacun ses recettes. Mais il n'en restera pas moins que faute d'être présents dans les rayons des librairies, les média ne verront guère d'intérêt à parler de vous. L'autoédition via Internet demeure à ce jour une niche mal aimée. Jusqu'au jour où un succès Internet, un « lulu » au sens anglais du terme, viendra bousculer cet ordre établi… et aider à faire évoluer les mentalités. Ah, si JK Rowlings ou Stéphane Hessel se publiait sur LULU…

11) Adresses et liens utiles

AFNIL (gestion des ISBN francophones) : www.afnil.org
AGESSA (sécurité sociale des auteurs) : www.agessa.fr
BNF - Bibliothèque Nationale de France (dépôt légal) : www.bnf.fr
CALCRE (association d'information et de défense des auteurs, surtout pour l'édition à compte d'auteur et l'aide aux jeunes auteurs) : http://www.calcre.com/
CNL - Centre National du Livre : http://www.centrenationaldulivre.fr/
DILICOM (le réseau du livre) : www.dilicom.com
DLL - Direction du Livre et de la Lecture : www.culture.gouv.fr/culture/dll.htm
ELECTRE (base de données du livre) : www.electre.com
SCAM - Société Civile des Auteurs Multimédia (droits d'auteur) : www.scam.fr
SGDL - Société des Gens De Lettres : www.sgdl.org
SNAC - Syndicat National des Auteurs et Compositeurs : www.snac.fr
SNE - Syndicat National de l'Edition : www.sne.fr

III-B - Spécificités de la BELGIQUE

1) Version linguistique

Pour vous, Wallons, qui regrettez de voir LULU s'afficher par défaut en néerlandais, soyez les bienvenus sur la boutique française (en changeant de boutique par le lien en bas à gauche de la page d'accueil). Vous aurez alors un service « in het Frans ».

2) Dépôt légal

Le dépôt légal est à faire auprès de la Bibliothèque Royale - section Dépôt Légal - Boulevard de l'Empereur 4 - 1000 Bruxelles, en deux exemplaires, quel que soit le tirage, et accompagné du formulaire ad hoc. Le dépôt est à faire par l'éditeur (ou l'auteur autoédité) dans les 15 jours de la 1ère diffusion de l'ouvrage, en port gratuit bien qu'il faille être prêt à en convaincre les postiers, extrait de loi à l'appui.

Dans le cas où l'auteur est domicilié en Belgique mais qu'il est édité à l'étranger (y compris les traductions), c'est à lui qu'incombe cette obligation. Le délai pour déposer passe alors à 2 mois.

Les lulus belges se trouvent dans le premier cas s'ils sont autoédités avec leur propre ISBN ou s'en passent, mais dans le second s'ils optent pour l'ISBN LULU qui en fait l'éditeur officiel.

3) Mentions légales

La législation belge impose les mentions légales suivantes :

- nom et adresse de l'éditeur : si vous avez opté pour l'ISBN LULU, l'éditeur est Lulu.com et son adresse www.lulu.com, ou éventuellement son adresse aux USA (cf. I-1). Dans le cas contraire (ISBN perso ou pas d'ISBN), vous êtes l'éditeur et devez figurer comme tel.
- ISBN sur la page de copyright et sur la 4ème de couverture : du moins lorsqu'il y en a un.
- la mention « dépôt légal » suivie de l'année du dépôt à la Bibliothèque Royale. Le ou les volumes déposés doivent être rigoureusement identiques aux volumes mis en vente, sauf correction d'erreurs typographiques.

Toutefois, ces mentions ne sont pas applicables aux ouvrages importés. C'est clairement le cas si vous avez opté pour l'ISBN LULU qui en fait l'éditeur officiel. Toutefois, l'ouvrage d'un auteur demeurant en Belgique et autoédité au travers d'une société américaine imprimant en dehors de Belgique ne doit-il pas également être considéré comme tel ? Il y a certainement là de quoi se donner de la souplesse pour faire en votre âme et conscience.

4) Droits d'auteur

Les droits d'auteur sont gérés par la SABAM (Société Belge des Auteurs, Compositeurs et Editeurs).

5) Prix du livre

Malgré plusieurs projets de loi au cours des dernières décennies, la Belgique n'a toujours pas légiféré sur le prix unique du livre. Celui-ci demeure donc libre à ce jour.

6) Adresse et liens utiles

AFNIL (gestion des ISBN francophones) : www.afnil.org
Bibliothèque Royale (dépôt légal) www.kbr.be
SABAM (droits d'auteur) www.sabam.be

III-C - Spécificités du LUXEMBOURG

1) Prix du livre

Le Luxembourg dispose d'un accord interprofessionnel sur le prix unique du livre. Celui-ci ne s'applique toutefois pas aux livres importés dont le prix demeure libre, bien qu'ils représentent la grande majorité des ouvrages qui y sont commercialisés !

IV - TUTORIELS

1) Comment laisser des pages vierges ?

Que ce soit pour se conformer aux obligations de la distribution ou pour toute autre raison, il est nécessaire de pouvoir produire des pages totalement vierges dans le corpus de son ouvrage, donc également sans entête ni pied de page. Typiquement ce besoin concerne les deux pages du début et la dernière. Voici quelques solutions :

a) par les fichiers multiples

Dans la mesure où l'automate LULU accepte de traiter plusieurs fichiers pour produire le PDF prêt à imprimer du corpus, il est tout simplement possible de commencer par un fichier de 2 pages blanches, puis un fichier comprenant l'ouvrage lui-même, et enfin un 3ème fichier d'une page blanche. Une fois assemblé, vous aurez le résultat voulu.

Attention ! Toutes les pages d'un livre devant être comptées dans la pagination, votre deuxième fichier devra commencer à 3 et non à 1.

b) avec Word

Si vous utilisez Word, vous devrez insérer des sauts de section (insertion / saut / type de sauts de section : page suivante) entre les pages blanches et les autres pages. Dans notre exemple, la 1ère section sera donc les 2 pages vierges, la 2ème comprendra votre ouvrage, et la 3ème sera la page vierge de fin. Positionnez-vous ensuite dans la zone d'en-tête ou de pied de page de la 2ème section, et, dans la barre de menu d'en-tête et pied de page, cliquez sur l'icône de suppression du lien avec la section précédente (cerclé en rouge).



Et faites pareil pour la 3ème section. Vous pouvez alors avoir des en-têtes et/ou pieds de page dans la section 2 tout en ayant des pages totalement vierges en section 1 et 3, et avec une numérotation conforme des pages.

c) avec Open Office

Si vous utilisez Open Office, pour ne pas utiliser les mêmes en-têtes et pieds de page sur toutes les pages du document, vous devez les formater avec des styles de page différents. Dans notre exemple, vous pouvez donc commencer par 2 pages blanches où vous n'insérez ni en-tête ni pied de page, puis vous insérez un saut de page en sélectionnant un style différent, vous insérez dans cette nouvelle page un en-tête ou un pied de page qui se dupliquera jusqu'à la fin de votre ouvrage, jusqu'à ce que vous insériez à nouveau un saut de page en sélectionnant un style différent pour avoir une page finale vierge.

ANNEXES

1) Lettre de demande d'ITIN à l'IRS US

Pour obtenir un ITIN (Individual Tax Identification Number) du fisc américain, vous devez lui envoyer un formulaire W-7 (cf. II-9) avec une lettre d'accompagnement ainsi rédigée :

Internal Revenue Service
Submission Processing Center
ITIN Unit
Mail Stop 6090-AUSC
3651 S. Interregional, Hwy 35
Austin, TX 78741-0000

To: Internal Revenue Service

Please find attached a W7 application for an ITIN.
The person herewith (____) applying for an ITIN is a creator of Intellectual Property that is being sold into the US through our website www.lulu.com. Hence we have Royalties that need to be paid to this person and properly reported to the IRS. In order to accomplish this we would like to request the utmost possible speed in assigning an ITIN to this person.

With regards and thanks,

Lulu Press, Inc.
860 Aviation Parkway, Suite 300
Morrisville, NC 27560
EIN 94-3419924

2) Copyright avec licence ouverte

Exemple de texte pour la page de copyright (cf. II-2d) d'un livre proposé en licence ouverte :

Les droits d'auteur de ce livre sont la propriété exclusive de son auteur, en attendant, un jour, de passer à ses ayants droit.
Les idées toutefois demeurent libres de droit car une idée n'appartient jamais à personne.
En conséquence :
- Toute reproduction ou traduction de tout ou partie du contenu de cet ouvrage à des fins de diffusion payante requiert une autorisation écrite de l'auteur ou de ses ayants droit.
- Par contre, toute reproduction ou traduction de tout ou partie du contenu de cet ouvrage dans le but d'en diffuser gratuitement tout ou partie des idées développées est vivement encouragée, sous les conditions expresses
. de respecter l'esprit des idées exposées, notamment en ne sortant pas de phrase de son contexte, que ce soit pour lui faire dire l'inverse de ce qui est développé ou simplement en déformer le message,

. de toujours citer la source originale à laquelle peut se référer le lecteur pour confirmation ou approfondissement.

3) Ouverture d'un compte Paypal

Voici, dans les grandes lignes, la procédure d'ouverture d'un compte Paypal
- aller sur www.paypal.com
- cliquer sur "ouvrir un compte" en haut de la page d'accueil
- puis ouvrir un compte de particulier
- suivre ensuite les instructions

A un moment donné, Paypal vous demandera de fournir les informations pour approvisionner votre compte. Il faudra fournir soit un numéro de carte bancaire, soit une autorisation de prélèvement sur un compte bancaire. Il est de bon ton sur Internet de se méfier de l'un comme de l'autre. Si vous comptez n'utiliser votre compte Paypal que pour recevoir vos revenus, vous pouvez fournir un numéro de e-CB à usage unique (la plupart des banques proposent ce service gratuitement via Internet dès lors qu'on a une CB, sinon, essayez de voir avec un proche… ?). Paypal y prélèvera une petite somme (dans les 1.50€) pour la valider, mais ensuite, ce numéro ne sera plus utilisable, ni par eux, ni par un hacker éventuel qui parviendrait à pirater leur base de données (il ne faut jamais dire que ce n'est pas possible et ne pas les croire s'ils le disent!). Cette somme sera créditée sur votre compte ; il ne s'agit pas de frais.

Ensuite, Paypal vous demandera aussi des coordonnées bancaires où virer vos revenus (il est possible de virer des fonds vers une carte bancaire, mais il n'est pas certain que ça fasse partie des options proposées par Paypal, et de toute façon, ce n'est pas possible si vous avez choisi la prudence et opté pour un approvisionnement initial par e-CB). Renseignez alors votre IBAN et Paypal fera un petit virement vers votre compte. Le libellé de ce virement sur votre relevé comportera un code qu'il vous faudra ensuite saisir sur Paypal pour l'activer complètement.

Et votre compte sera alors pleinement fonctionnel. La procédure est bien expliquée au fur et à mesure où elle se déroule, et vous recevrez des mails pour vous permettre bien suivre les étapes lorsque celles-ci demandent d'attendre quelques jours. Assurez-vous juste que ces mails proviennent bien d'une adresse en @paypal.com (cf. la mise en garde sur la sécurité en II-8b).

A noter que, au bout de quelques mois, lorsque le numéro de e-CB utilisé pour l'activation approchera de sa date de péremption, Paypal vous enverra un mail vous demandant de mettre à jours vos données avec une CB valide. Il suffira d'ignorer ce message. Le compte ne sera ni supprimé ni désactivé s'il n'y a plus de CB valide enregistrée. Donc aucun problème. Et si vous avez besoin dans le futur de faire un paiement sur Internet et souhaitez le faire par Paypal mais sans avoir assez de sous sur votre compte, il vous sera demandé à ce moment-là, lors de l'opération, un numéro de CB pour pouvoir prélever le complément. Il vous suffira alors de fournir un nouveau numéro e-CB à usage unique.

4) Droits d'auteur dans l'Union Européenne :

(merci à Lionel pour ce résumé de Wikipedia)

Depuis une directive européenne du 29 octobre 1993, et donc dans l'ensemble des pays adhérents de l'Union, les œuvres entrent dans le domaine public soixante-dix ans après le décès de leur auteur ou, s'il s'agit d'une œuvre de collaboration, soixante-dix ans à compter du décès du dernier auteur survivant. Cette durée de protection échue et sauf prorogation, il n'est plus obligatoire de demander une autorisation aux titulaires des droits sur ces œuvres.

Toutefois, le droit moral est perpétuel, et impose notamment de respecter la paternité de l'auteur sur sa création par une citation de son nom et de sa qualité.

Selon cette même directive, une interprétation accède au domaine public au bout de 50 ans maximum. De très nombreux enregistrements de musique classique entrent chaque année dans le domaine public et deviennent entièrement libres de droits d'auteurs (décédés depuis plus de 70 ans) et droits voisins (enregistrés et publiés il y a plus de 50 ans), et peuvent donc être librement copiés et distribués, ou téléchargées.

